

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Faktor Psikologis berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli pada Produk Iphone di Kota Gorontalo. Nilai t positif menunjukkan bahwa adanya hubungan yang searah antara Faktor Psikologis Konsumen dengan Minat Beli pada Produk Iphone di Kota Gorontalo. Hal ini dikarenakan hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel Faktor Psikologis Konsumen sebesar 3,159 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,661. Jika kedua nilai t ini dibandingkan maka nilai t_{hitung} lebih besar dibandingkan nilai t_{tabel} ($3,159 > 1,661$) sehingga H_1 diterima dan H_0 ditolak yang artinya signifikan. Berdasarkan data yang peneliti dapatkan di lapangan, hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Munandar (2001) yaitu, bersibuk diri secara luas dengan manusia sebagai konsumen dari barang dan jasa. Dengan sasaran utama menjelaskan perilaku konsumen, misalnya menguraikan macam – macam pilihan yang di buat orang, keadaan apa, dengan alasan – alasan apa. Karena alasan utamanya adalah menjelaskan perilaku konsumen terhadap minat beli.
2. Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli pada Produk Iphone di Kota Gorontalo. Nilai t positif menunjukkan bahwa adanya hubungan yang searah antara Gaya Hidup dengan Minat Beli pada Produk Iphone di Kota

Gorontalo. Hal ini dikarenakan hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel Gaya Hidup sebesar 2,469 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,661. Jika kedua nilai t ini dibandingkan maka nilai t_{hitung} lebih besar dibandingkan nilai t_{tabel} ($2,469 > 1,661$) sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya signifikan. Berdasarkan data yang peneliti dapatkan di lapangan, hal ini juga sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2012:192), yaitu gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup ini menggambarkan seorang atau konsumen dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup ini juga merupakan bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang bisa berubah oleh zaman.

3. Secara simultan variabel bebas (Faktor Psikologis Konsumen dan Gaya Hidup) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Minat Beli pada Produk Iphone di Kota Gorontalo). Kemudian nilai R Square adalah sebesar 0,395. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 39,5% variabel Minat Beli pada Produk Iphone di Kota Gorontalo dapat dijelaskan oleh Faktor Psikologis Konsumen dan Gaya Hidup, sedangkan sisanya sebesar 60,5% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan data yang peneliti dapatkan di lapangan, hal ini juga sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2007) yaitu minat beli adalah perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan seseorang untuk melakukan pembelian, sedangkan faktor psikologis dan gaya hidup sama – sama membahas tentang perilaku

konsumen terutama terhadap minat beli atau keinginan untuk melakukan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah diuraikan diatas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Sebaiknya pihak VIP store berupaya untuk memberikan arahan kepada karyawan agar bisa meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk Iphone di Kota Gorontalo.
2. Sebaiknya karyawan VIP store berusaha meningkatkan kinerjanya agar semakin banyak minat beli konsumen terhadap produk Iphone di Kota Gorontalo .
3. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya merekonstruksi bentuk-bentuk pernyataan dalam penelitian ini, serta mengembangkan operasional variable. Langkah yang dapat dilakukan yakni dengan menggunakan skala guttman dalam pengumpulan data agar hasil jawaban responden dapat lebih objek

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi, Ahmad Imam, Maria Goreti Wi Endang.2016. Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Berkunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 30 (1). 35 – 43
- Dharmmesta,Swastha Basu,dan Hani Handoko .2008. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen, Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Indrawati, Devi.2015. *Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*. 15 (2). 302 – 319
- Khalida,Jihan,Srikandi Kumadji dan Edi Yulianto.2016. *Analisis Pengaruh Faktor – faktor Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 35 (1). 59 – 67
- Kotler,Philip.2005. *Manajemen Pemasaran,Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler,Philip dan Kevin Lane Keller.2018. *Manajemen Pemasaran,Edisi ke dua belas Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks
- Leavitt,J.Harold.1986. *Psikologi Manajemen*, Edisi ke Empat. Jakarta: Erlangga.
- Marlius,Doni.2017. *Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis dan Bauran Pemasaran*. *Jurnal Pundi*. 1 (1). 57 – 66
- Sugiyono.2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: ALFABETA

- Veterinawati, Desy.2013. *Pengaruh Faktor Sosial,Pribadi, dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Ilmu Manajemen. 1(3). 746 – 759
- Chi Kuang Hsin, Huery Ren Yeh, dan Ya Ting Yang.2009. The Impact of Brand Awareness on Consumer Purchase Intention: The Mediating Effect of Perceived Quality and Brand Loyalty. Jurnal The Journal of International Management Studies. 1(4). 135 – 143
- Madiawati N. Putu, Mahir Pradana.2016. The appeal of celebrity endorsers and halal certificates on customers buying interest. Journal of Administrative and Business Studies. 1(1). 28-34
- Isnarno Endi, Harry Soesanto, Andriyansah.2018. Developing the Reputation of Distribution Network to Increase the Buying Interest of Electronic Payment: An Emprical Study. European Research Studies Journal. 21(1). 133 – 143
- Kotler, Philip dan Garry Amstrong.2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran* , Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Abdurachman, 2004, “*Analisis Faktor-faktor yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung (Studi Perilaku Konsumen sarung diJawa Timur)* “, Jurnal Universitas Kristen Petra Surabaya.
- A.S, Munandar. (2001). *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta : UI.
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta
- Kotler, dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif,*

Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS.*

Semarang:Badan Penerbit UNDIP

Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS.*

Semarang: Badan Peneliti Universitas Diponegoro