

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh motivasi konsumen, persepsi konsumen, dan gaya hidup konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Silungkang Ukok.

Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 orang responden masyarakat di kota Padang yang berbelanja di Toko Silungkang Ukok.

Berdasarkan analisis regresi didapatkan hasil bahwa:

1. Faktor motivasi konsumen berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Silungkang Ukok.
2. Faktor persepsi konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Silungkang Ukok.
3. Faktor gaya hidup konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Silungkang Ukok.

5.2 Implikasi Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa implikasi bagi pihak Toko Silungkang Ukok, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan gambaran sertamasa dalam memahami bagaimana motivasi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian khususnya pada masyarakat kota Padang. Dari tabel

4.6 yaitu distribusi frekuensi variabel motivasi konsumen dapat dilihat jawaban responden yang paling rendah terdapat pada pernyataan nomor dua dengan rata-rata 4,10.

Berdasarkan pernyataan nomor dua, kebanyakan responden tidak setuju bahwa Kain Tenundan Songket Silungkang cocok untuk acara-acara adat atau resmi saja. Melainkan, mereka beranggapan tidak hanya ketika adanya acara-acara adat atau resmi saja, pakaian khas Budaya Minangkabau digunakan. Akan tetapi, dalam acara tidak formal pun pakaian khas Minang juga bisa dipergunakan untuk menunjukkan rasa cinta terhadap produk dalam negeri sendiri.

Dalam hal persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian, pihak Toko Silungkang Ucock diharapkan dapat memahami bagaimana persepsi konsumen sangat penting dalam dunia perbisnisan. Dari tabel 4.7 yaitu distribusi frekuensi variabel persepsi konsumen dapat dilihat jawaban responden yang paling rendah terdapat pada pernyataan nomor dua. Dilihat dari nilai rata-rata 3,86, hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden tidak setuju jika cenderung membeli Kain Tenundan Songket Silungkang dikarenakan mengetahui motif dan kualitasnya saja yang bagus. Akan tetapi, konsumen harus bisa berfikir dengan adanya kerajinan tangan yang masih hidup pada zaman modern yang sudah serba canggih dan maju ini telah memberikan nilai tambah untuk produk dalam negeri yang tidak jauh ketinggalan dengan produk luar negeri. Hal tersebut harus bisa dipertahankan, namun tidak menghilangkan nilai-nilai budaya yang ada.

Kemudian yang terakhir diperlukan oleh pihak Toko Silungkang Ucock untuk dapat memahami serta menggambarkan bagaimana gaya hidup konsumen dalam mengambil keputusan pembelian dalam hal berbelanja. Dari tabel 4.8 yaitu distribusi frekuensi gaya hidup konsumen dapat dilihat jawaban responden yang paling rendah terdapat pada pernyataan nomor dua dengan rata-rata 3,62. Hal

ini membuktikan bahwa mayoritas respondent tidak setuju jika membeli Kain Tenundan Songket Silungkang banyak karena menginginkan pujian dan penghargaan dari orang lain saja, melainkan karena, bangga akan mahal nya unsur-unsur budaya Minangkabau yang terkandung didalamnya. Sehingga hal tersebut bisa meningkatkan kepercayaan diri terhadap produk Indonesia. Bukan semata-mata hanya ingin dipuji dalam hal harga ataupun *prestise*.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari hasil penelitian ini tidak sempurna dan memiliki keterbatasan-keterbatasan yang mungkin akan mempengaruhi hasil yang diinginkan. Oleh karena itu keterbatasan ini diharapkan lebih diperhatikan untuk penelitian yang akan datang. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Penelitian ini hanya mempertimbangkan pengaruh variabel motivasi konsumen, persepsi konsumen, dan gaya hidup konsumen terhadap keputusan pembelian. Sedangkan masih banyak terdapat variabel-variabel lain yang terkait dengan keputusan pembelian yang tidak diteliti pada penelitian ini.
2. Penelitian ini hanya meneliti keputusan pembelian pada masyarakat kota Padang, sehingga implikasi dari penelitian ini hanya relevan untuk konteks masyarakat kota Padang saja.

5.4 Saran

Berdasarkan implikasi dan keterbatasan penelitian yang telah disampaikan, maka peneliti mempunyai beberapa saran:

1. Diharapkan pihak manajemen Toko Silungkang Ucok dapat lebih memperkenalkan dan memperhatikan keinginan konsumennya baik dalam segi bahan, kualitas, dan motif

SongketSilungkangdanKainTenunSilungkang.

SehinggakonsumenlebihpercayaDiriuntukmempergunakannyapadaacara formal maupun non formal.

KainTenundanSongketSilungkangtidakhanyadipakaipadaacaraadatataupunresmisaja.

Namun, SongketdanKainTenunSilungkangdapatdigunakanjugadalamacara-acaratidakresmi.

Denganadanyaperistiwainiakanmendukungkeputusankonsumenuntukberbelanja di TokoSilungkangUcok.

2. DiharapkanpihakTokoSilungkangUcokdapatmemperhatikandanmengiringikebutuhan para pembeliSongketSilungkangdanKainTenunSilungkangdalamgayahidup para konsumen yang sudah modern. Sehingga,tidakketinggalanzamamuntetaptidakmenghilangkanunsur-unsur / nilai-nilai budaya yang terkandungdidalamnya.
3. Diharapkanpadapenelitiselanjutnyadapatmenambahkanvariabel lain yang mungkinmempengaruhikeputusanpembelianselainvariabelbebas yang ditelitidalampenelitianini. Bagipihaklain, hasilpenelitianinidapatdijadikanbahanreferensipengetahuanbagipenelitianmendatangpada kasus yang sama.Sehingga, menambahwawasankitamenaibudaya-budayakhasMinangkabau yang mungintelahberangsurhilang. Denganadanyaini, kitabisamempertahankansertameningkatkannilai-nilaisenipadazamandahulu yang tidakpernahkalahjauhdenganprodukluarnegeri.

Jikakitabisamemodifikasikannyapadazaman modern sepertisekarangini, SongketSilungkangdanKainTenunSilungkangtidakakanpernahluputolehwaktunyazaman.

