

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil yang sudah diolah dan diuji, diketahui bahwa faktor yang diteliti **berpengaruh** terhadap keputusan pembelian oleh konsumen di perusahaan C.V Rajasa Mas Jaya, berikut ulasan faktor-faktor yang telah diujikan dan dijabarkan oleh peneliti:

a. Faktor Psikologis

Ada pengaruh **negatif** antara faktor psikologis terhadap keputusan pembelian, sebesar -2.392 disebabkan pandemi COVID-19 yang mempengaruhi hasil penelitian karena dilakukan saat pandemi sedang melanda.

b. Faktor Situasional

Ada pengaruh **positif** antara faktor situasional terhadap keputusan pembelian, sebesar 2.003 karna fasilitas butik yang disediakan seperti ruang fitting sesuai keinginan konsumen.

c. Faktor Sosial

Ada pengaruh **positif** antara faktor psikologis terhadap keputusan pembelian, sebesar 6.901 sehingga konsumen ingin mengenal apakah perusahaan memiliki ijin usaha atau (HAKI, Paten) agar terlihat keaslian dari produk yang dimiliki.

d. Keputusan Pembelian

Nilai f yang dimiliki sebesar 557,018 sehingga seluruh variabel terkait yang peneliti lakukan berpengaruh sebesar 95,4% kepada keputusan pembelian. Meskipun **faktor psikologis negatif** dalam menentukan pembelian dikarenakan adanya pandemi COVID-19. Sisa 4,6% merupakan variabel yang tidak diteliti oleh peneliti.

B. Saran

Sebaiknya, perusahaan **melakukan pengembangan produktifitas dalam hal inovatif produk**, sehingga produk yang dihasilkan bervariasi dan inovatif guna meningkatkan ketertarikan terhadap konsumen yang akan melakukan pembelian produk perusahaan.

Perbaikan manajemen sangat krusial didalam perusahaan, karna itu menyangkut seluruh aspek dan bagian inti perusahaan agar bisa berkembang dan menjadi perusahaan berkategori maju dan bisa bersaing dengan perusahaan besar lain. Sehingga manajemen seharusnya diperbaiki, guna menunjang produktifitas, fasilitas yang mendukung dan menghasilkan produk, sehingga konsumen tertarik untuk melakukan pembelian dan

variatif produk menunjang ciri khas dari perusahaan walaupun berkembang dan maju selain dalam bidang batik, handcraft dan fashion. Keinginan dipilih oleh kalangan milenial, sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan konsumen terkait faktor situasional.

Mencoba kolaborasi produk dengan influencer yang memiliki pengaruh guna meningkatkan penjualan dan pengembangan produk yang lebih baik dan variatif. Karna faktor sosial juga bisa meningkatkan pembelian melalui influencer, dengan *endorse* dan pemakaian produk oleh kalangan pejabat agar masyarakat bisa mengenal brand atau produk yang dihasilkan perusahaan melalui faktor sosial.

Dengan Pandemi yang melanda pada tahun 2020 di dunia tak terkecuali di Indonesia, maka mengubah kebiasaan konsumen dalam pembelian, salah satunya kebutuhan akan pakaian atau *fashion* sehingga bisa mengubah kebiasaan konsumen yang dulu datang ke tempat, kini konsumen membeli barang melalui *online* yang makin berkembang besar saat ini. Maka faktor yang berpengaruh terhadap situasi ini adalah faktor situasional dan faktor sosial, sebab akibat aturan pemerintah yang menganjurkan untuk *work from home* dan *social distancing* membuat variabel tersebut sulit untuk diteliti dan diambil data sesuai kebutuhan peneliti. Maka perusahaan bisa melihat situasi ini dengan cara menambahkan produk di internet dengan memproduksi alat-alat kesehatan,

guna menunjang kebutuhan dalam negeri akan kesehatan, ini bisa menjadi sebuah kesempatan yang mampu diambil perusahaan.