

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas mengenai pengaruh sikap, gaya hidup, pekerjaan, dan kelompok acuan terhadap keputusan pembelian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa faktor sikap berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian rokok boy di Kabupaten Trenggalek. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengaruh sikap yang diberikan oleh konsumen baik maka konsumen akan memutuskan untuk melakukan pembelian.
2. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa faktor gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian rokok boy di Kabupaten Trenggalek. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengaruh gaya hidup konsumen yang sesuai, maka konsumen akan memutuskan untuk melakukan pembelian.
3. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa faktor pekerjaan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian rokok boy di Kabupaten Trenggalek. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengaruh pekerjaan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
4. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa faktor kelompok acuan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian rokok boy di Kabupaten Trenggalek. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengaruh

kelompok acuan konsumen akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian, maka peneliti memberi saran sebagai berikut :

1. Bagi Akademisi

Diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu, khususnya mengenai pengaruh Sikap, Gaya Hidup, Pekerjaan, dan Kelompok Acuan terhadap Keputusan Pembelian yang bermanfaat sebagai bahan referensi atau rujukan khususnya di Jurusan Ekonomi Syariah dan tambahan pustaka pada perpustakaan IAIN Tulungagung.

2. Bagi Perusahaan Rokok Alfi Putra Trenggalek

Berdasarkan interpretasi hasil dari penelitian, Pabrik Rokok Alfi Putra Trenggalek diharapkan dapat mempertahankan konsumennya atau menarik konsumen baru dengan memperhatikan lebih faktor sikap konsumen, gaya hidup konsumen, pekerjaan konsumen, dan kelompok acuan konsumen dengan cara yang tepat.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini diharapkan dijadikan sebagai acuan dan untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk menambah variabel lain seperti faktor situasi ekonomi atau kepribadian konsumen agar dapat diketahui faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.