

BAB VI

PENUTUPAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis penelitian mengenai Pengaruh Faktor Budaya dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Jasa *Tour and Travel* (Studi Kasus Pada Konsumen Biro Perjalanan Haji dan Umroh Arminareka Perdana *Tour and Travel* Cabang Ngantru Kabupaten Tulungagung. Maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil temuan mengenai pengaruh faktor budaya terhadap keputusan pembelian jasa *tour and travel* bahwa secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Bahwasanya faktor budaya memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian jasa pada Arminareka Perdana *Tour and Travel* dan memiliki peranan yang cukup besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian tersebut.
2. Hasil temuan mengenai pengaruh faktor psikologis terhadap keputusan pembelian jasa *tour and travel* bahwa secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Bahwasanya faktor budaya memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian jasa pada Arminareka Perdana *Tour and Travel* dan memiliki peranan yang cukup besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian tersebut.
3. Hasil temuan mengenai pengaruh faktor budaya dan psikologis terhadap keputusan pembelian jasa *tour and travel* bahwa secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

B. Saran

1. Bagi Arminareka Perdana Tour and Travel Cabang Ngantru Kabupaten Tulungagung

Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan, maka untuk menarik dan meningkatkan jumlah pembelian dilihat dari budaya yang ada pada perusahaan. Arminareka Perdana Tour and Travel lebih berinovasi dalam hal periklanan yang disajikan dalam media televisi atau media cetak dan juga lebih sering mengadakan seminar yang bisa menanamkan atau memberikan pengetahuan kepada konsumen tentang kelebihan dari perusahaan.

2. Bagi IAIN Tulungagung

Dari penelitian ini dapat dijadikan tambahan wawasan keilmuan di bidang ekonomi syariah yang berkaitan dengan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian selanjutnya terutama yang berkaitan dengan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian.