

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Keimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh budaya (keluarga dan kelompok rujukan) terhadap keputusan pembelian *smartphone* pada warga RW 10 desa Pakutandang kecamatan Ciparay kabupaten Bandung Jawa Barat. Melalui proses pengolahan data dan serangkaian pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Keluarga berpengaruh signifikan sebesar 82.3% terhadap keputusan pembelian *smartphone*, hal ini dikarenakan responden masih beranggapan bahwa pendapat ataupun rujukan dari keluarga dan merupakan hal yang sangat penting dalam melakukan suatu keputusan.
2. Kelompok rujukan berpengaruh signifikan sebesar 35.7% terhadap keputusan pembelian *smartphone*, hal ini dikarenakan responden beranggapan bahwa pendapat dari keluarga lebih diutamakan dibandingkan dengan pendapat dari kelompok rujukan.
3. Berdasarkan perhitungan responden sangat yakin atas keputusan pembelian yang dilakukan karena adanya kesesuaian pada produk yang telah dibeli.
4. Keluarga dan kelompok rujukan secara simultan sebesar 83.4% berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* pada warga RW 10 desa Pakutandang kecamatan Ciparay kabupaten Bandung Jawa Barat.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini, maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan responden memiliki persepsi positif terhadap peran keluarga dalam mengambil keputusan pembelian seseorang khususnya *smartphone* dimana keberadaan keluarga serta saran ataupun masukan masih sangat dan akan sangat dibutuhkan oleh seseorang dalam menentukan segala keputusan, maka dari itu untuk melakukan keputusan pembelian haruslah dilakukan dengan bijak ataupun dengan penuh perhitungan agar keputusan yang diambil tepat serta bermanfaat.
2. Hasil penelitian menunjukkan responden memiliki persepsi cukup positif terhadap peran kelompok rujukan dalam pengambilan keputusan pembelian seseorang khususnya *smartphone*, dimana selain keluarga maka pendapat teman juga akan dimintai oleh seseorang dalam menentukan keputusan pembelian, maka dari itu sebagai seseorang yang dimintai pendapat haruslah memberikan pendapat atau masukan yang baik ataupun bijak pula agar menghindari perilaku konsumtif seseorang.
3. Untuk penelitian yang akan datang pada topik yang sama dapat ditambahkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, karena dari penelitian ini diketahui sumbangan pengaruh variabel keluarga dan kelompok rujukan (x) terhadap keputusan pembelian (y) sebesar 83.4% dan sisanya 16.6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar penelitian ini.