

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. *Trend Mode Fashion* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Penjualan Butik Felucy. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $4,713 > 1,66$ dengan tingkat signifikansi $0,000 (0\%) < 0,01 (1\%)$
2. Kemenarikan Promosi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Penjualan Butik Felucy. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $8,215 > 1,66$ dengan nilai signifikansi $0,000 (0\%) < 0,01 (1\%)$
3. Orientasi Kepuasan Konsumen mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Penjualan Butik Felucy. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $2,865 > 1,66$ dengan nilai signifikansi $0,005 (0,5\%) < 0,01 (1\%)$
4. *Trend Mode Fashion*, Kemenarikan Promosi dan Orientasi Kepuasan Konsumen secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Penjualan Butik Felucy

5. Variabel independen yang paling dominan adalah variabel Kemenarikan Promosi yang dilihat dari nilai *Standardized Coefficient*, terdapat koefisien sebesar 0,540, sedangkan koefisien *Trend Mode Fashion* hanya sebesar 0,280 dan koefisien Orientasi Kepuasan Konsumen sebesar 0,205.
6. nilai *Adjusted R Square* R^2 diperoleh sebesar 0,681 yang artinya 68,1% variasi dari keputusan pembelian dijelaskan oleh variabel–variabel independen *Trend Mode Fashion*, Kemenarikan Promosi, Orientasi Kepuasan Konsumen sedangkan sisanya 31,9 % dijelaskan oleh faktor lain Harga dan Kualitas Pelayanan.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan sebagai tindak lanjut dari hasil penelitian adalah sebagai berikut :

Variabel Kemenarikan Promosi yang paling dominan diantara variabel *Trend Mode Fashion* dan Orientasi Kepuasan Konsumen yang dilihat dari nilai *Standardized Coefficient*, terdapat koefisien Kemenarikan Promosi sebesar 0,540, sedangkan koefisien *Trend Mode Fashion* hanya sebesar 0,280 dan koefisien Orientasi Kepuasan Konsumen sebesar 0,205.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Meskipun penelitian ini memberi sumbangan terhadap hasil–hasil yang telah dicapai dalam penelitian terdahulu, akan tetapi masih ada beberapa keterbatasan yang seharusnya menjadi perhatian para peneliti mendatang. Keterbatasan yang ada dalam penelitian ini adalah variabel yang diujikan relatif sedikit dan

sederhana untuk dapat melihat keseluruhan tentang perilaku konsumen. Bukan tidak mungkin bahwa sebenarnya masih ada faktor–faktor lain yang mungkin mempengaruhi sikap konsumen dalam keputusan pembeliannya.

5.4 Agenda Penelitian Yang Akan Datang

Agenda penelitian yang akan dilaksanakan mendatang adalah berdasarkan hasil koefisien determinasi seperti pada sub bab keterbatasan penelitian, diketahui bahwa variabel independen mampu menjelaskan sebagian variabel dependen sehingga penelitian ini masih terdapat kekurangan dari variabel independen dalam menjelaskan variabel dependennya. Oleh karena itu, diharapkan pada penelitian selanjutnya bisa menambah variabel harga dan kualitas pelayanan yang sekiranya terkait dengan permasalahan yang dihadapi serta meneliti perusahaan yang sejenis lainnya dalam penelitian selanjutnya.

