

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa :

1. Hasil analisis deskriptif memberikan gambaran rata-rata skor untuk kategori persepsi (Ps-p) variabel gaya hidup, motif pembelian, dan selera konsumen serta keputusan pembelian pada Restoran KFC Frans Seda Kota Kupang adalah baik, dan sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti adalah baik.
2. Variabel gaya hidup dan selera konsumen secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Restoran KFC Frans Seda Kota Kupang, dan sesuai dengan hipotesis yang ada yaitu berpengaruh positif dan signifikan.
3. Variabel motif pembelian secara parsial berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada Restoran KFC Frans Seda Kota Kupang, dan tidak terbukti hipotesis yang menyatakan motif pembelian berpengaruh signifikan.
4. Variabel gaya hidup, motif pembelian, dan selera konsumen secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Restoran KFC Frans Seda Kota Kupang, sesuai dengan hipotesis.
5. Hasil koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah 28,90% keputusan pembelian pada Restoran KFC Frans Seda Kota Kupang yang merupakan

kontribusi dari 3 (tiga) variabel bebas, yaitu gaya hidup, motif pembelian dan selera konsumen, sedangkan sisanya 71,10% merupakan pengaruh dari faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil analisis penelitian, hasil pembahasan, dan kesimpulan, maka saran yang dapat diberikan, yaitu :

### **1. Bagi Perusahaan:**

- a. Berkaitan dengan variabel gaya hidup dan selera konsumen yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sebaiknya perusahaan KFC Frans Seda harus tetap mempertahankan kualitas produk (menu makanan dan minuman) dan fasilitas Restoran KFC Frans Seda. Hal ini dikarenakan kualitas produk yang baik seperti kebersihan makanan yang selalu terjaga dan penyajian menu yang menarik akan menimbulkan selera konsumen sehingga berpengaruh pada keputusan pembelian produk KFC Frans Seda. Sama halnya dengan kualitas produk, fasilitas Restoran KFC Frans Seda juga harus terus ditingkatkan seperti menambah alternatif permainan bagi anak-anak, sehingga hal ini akan menjadi daya tarik baru bagi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian pada Restoran KFC Frans Seda.
- b. Berkaitan dengan variabel motif pembelian, walaupun variabel ini berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, namun perusahaan KFC harus tetap memperhatikan dan menyesuaikan

tingkat kebutuhan masyarakat Kota Kupang yang dilihat dari segi penyajian menu dan harga. Hal ini dikarenakan kebutuhan masyarakat Kota Kupang masih berorientasi pada kesenangan, seperti mengkonsumsi makanan cepat saji mengikuti trend yang berkembang saat ini, sehingga keinginan dan kebutuhan konsumen dapat terpenuhi secara baik.

## 2. Bagi Peneliti Lain

Peneliti lain diharapkan menggunakan sampel yang lebih luas dengan wilayah penelitian yang berbeda, sehingga mengetahui hasil dari berbagai daerah mengenai pengaruh gaya hidup, motif pembelian, dan selera konsumen terhadap keputusan pembelian pada Restoran KFC Frans Seda Kota Kupang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dharmmesta Swastha dan Handoko Hani, (2000). *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Engel, James F. 1994. *Consumen Behavior*. Time Life Books. New York. Budiyanto (penerjemah). 1994. *Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam. Jilid II. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Edwar, Muhammad, Yuyun Sholikhah. 2014. *Analisis faktor-faktor yang Mempengaruhi keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji KFC Lamongan*. Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. <http://jurnalmahasiswa.unesca.ac.id>.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2008. *Edition Pretince Hall*. New Jersey *Marketing Manajemen*. Bob Sabran (penerjemah). 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas Jilid 1. Jakarta: PT.Index.
- Mankunegara, Anwar Prabu. (2002). *Perilaku Konsumen*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Marina, Anastasya. 2011. *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Pada Restoran Nelayan Sun Plaza Medan*. Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara. Skripsi. <https://text-id.123dok.com>.
- Mowen, Jhon, Michael Minor. 2002. *Consumen Behavior*. Pretince Hall Inc. New York. Dwi Kartika Yahya (penerjemah). 2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kelima Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Patricia, Nesa. 2014. *Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pramugari Maskapai Penerbangan "X"*. Universitas UnggulJakarta. <https://ejurnal.esaunggul.ac.id/index.php/psiko/article/view/1458>.
- Pontiana, Rizki. 2016. *Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Gaya Hidup Hedonis Pada Siswa SMA Negeri 4 Surakarta*. Universitas Surakarta. [http://psikology09b.blogspot.co.id/2011/06/konsep\\_diri\\_dengan\\_gaya\\_hidup.html](http://psikology09b.blogspot.co.id/2011/06/konsep_diri_dengan_gaya_hidup.html).
- Puspitasari, Dian. 2013. *Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi, dan psikologi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Pizza Studi Pada Pizza Hut Cabang Jalan Jenderal Sudirman No.53 Yogyakarta*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Skripsi. <http://eprints.uny.ac.id>.

- Riduwan. 2004. *Metode dan teknik menyusun proposal penelitian*. Jakarta: CV. Alfabeta.
- Sandy, Angga. 2013. *Segmentasi Psikografik VALS*. Fakultas Ekonomi Universitas Ma Chung Malang. <http://lp3m.asia.ac.id/2013/08/.html>.
- Schiffman, L.G, Kanuk, Lesley, L. 2010. *Consumen Behavior. Perason Prestice Hall*. New Jersey. Elex Media komputindo (penerjemah). 2010. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kesembilan Jilid 1. Jakarta: PT. Index.
- Sembiring, Beby. 2013. *Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji Pada Konsumen Kentucky Fried Chicken (KFC) Walikota Medan*. Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara. <http://jurnal.usu.ac.id>.
- Septiani, Eka. 2015. *Teori Perilaku Konsumen*. Universitas Indonesia Jakarta. [http://ekadiary.blogspot.co.id/2015/10/Jurnal Perilaku Konsumen26.html](http://ekadiary.blogspot.co.id/2015/10/Jurnal_Perilaku_Konsumen26.html).
- Setiawaty, Sri. 2011. *Kepribadian, Nilai, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen*. Universitas Gunadarma Bekasi. <http://ejournal.gunadarma.ac.id/id/>.
- Setiadi, Nugroho J. (2008). *Perilaku Konsumen, Konsep, dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Setiadi, Nugroho J. (2003). *Perilaku Konsumen*. Kencana: Jakarta.
- Setiadi, Nugroho J. (2010). *Perilaku Konsumen*. Cetakan 4. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana.
- Simamora Bilson, (2003). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Penerbit PT. Ramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sumarni, Murti. (2002). *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Liberti.
- Sugiyono, 1999. *Metode Penelitian Bisnis Cetakan Pertama*. Bandung. CV Alfabeta.
- Sugiyono, 2006. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Supranto, J. 2003. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Erlangga.
- Therresa, Devina, Ghea Giovanni. 2013. *Analisis Pengaruh Motivasi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Kuliner Malam di Surabaya*. Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra Surabaya. <http://studentjournal.petra.ac.id>.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Ujang, Sumarwan. 2011. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.