

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian mesin jahit di UD.Fajar Mesin Jahit , maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Peneliti mampu menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian mesin jahit di UD.Fajar Mesin jahit sebesar 65,700% sedangkan sisanya sebesar 34,300% dipengaruhi oleh faktor yang tidak dikaji dalam penelitian ini.
2. Berdasarkan nilai eigenvalues, didapatkan 5 faktor baru yang terbentuk. Besarnya keragaman yang mampu diterangkan oleh faktor 1 sebesar 16,729% , keragaman yang mampu diterangkan oleh faktor 2 adalah sebesar 14,681% ,keragaman yang mampu dijelaskan oleh faktor 3 adalah sebesar 14,573% ,keragaman yang yang mapu dijelaskan oleh faktor 4 adalah sebesar 11,944% dan keragaman yang mampu dijelaskan oleh faktor 5 yaitu sebesar 7,772%.
3. Faktor baru baru tersebut antara lain adalah sebagai berikut ;
 - 1) Variabel yang mengelompok pada faktor 1 dinamakan faktor promosi karena dalam nilai empiris yang ditelliti, faktor promosi memiliki nilai eigenvalues terbesar yaitu sebesar 7,390 sehingga menjadi faktor

terbesar dalam mempengaruhi keputusan pembelian mesin jahit dan dengan observasi yang dilakukan di lapangan.

- 2) Variabel yang mengelompok pada faktor 2 dinamakan faktor kebijakan harga karena memiliki nilai eigenvalue sebesar 1,850 sehingga dilihat dari besarnya nilai eigenvalue tersebut dengan observasi yang dilakukan di lapangan dapat mempengaruhi keputusan pembelian mesin jahit.
 - 3) Variabel yang mengelompok pada faktor 3 dinamakan faktor jaminan produk karena memiliki eigen value sebesar 1,602 sehingga dilihat dari hal tersebut dengan observasi yang dilakukan di lapangan dapat mempengaruhi keputusan pembelian mesin jahit.
 - 4) Variabel yang mengelompok ada faktor 4 dinamakan faktor aksesibilitas lokasi karena memiliki nilai eigenvalue sebesar 1,274 sehingga dilihat dari hal tersebut dengan observasi yang dilakukan di lapangan dapat mempengaruhi keputusan pembelian mesin jahit.
 - 5) Variabel yang mengelompok ada faktor 5 yang dinamakan faktor keberagaman produk karena memiliki nilai eigenvalue sebesar 1,023 sehingga dilihat dari hal tersebut dan dengan observasi yang dilakukan di lapangan dapat mempengaruhi keputusan pembelian mesin jahit
4. Dari hasil uji analisis faktor yang diketahui terdapat 20 indikator yang telah diuji menggunakan uji analisis faktor yang memperoleh hasil berikut:
- a. Terdapat 20 indikator sebelum diuji menggunakan uji analisis faktor dan setelah diuji menjadi 18 indikator.

b. Hasil dari uji analisis faktor terdapat 4 variabel yang mengelompok menjadi 5 faktor baru antara lain :

Faktor 1 : X4.1 (Promosi di media sosial), X4.2(Jaminan servis), X4.3 (bonus kelengkapan mesin jahit),X4.4 mulut ke mulut(WOM), X4.5 (gratis ongkir),

Faktor 2 : X2.1(harga terjangkau),X2.2 (harga sesuai dengan kualitas produk) X2.3 (diskon), X2.4(harga dibanding pesaing)

Faktor 3 : X1.3 (Kondisi produk),X1.4(garansi Produk),X1.5 (ketahanan onderdil), X1.6 (onderdil mudah didapat).

Faktor 4 : X3.1 (mudah dijangkau), X3.2 (ditengah kota), X3.3 (Ketersediaan Tempat parkir).

Faktor 5 : X1.1(variasi produk), X1.2 (kualitas produk)

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan dengan ini memberikan saran sebagai berikut ;

1. Pihak pengelola UD. Fajar mesin jahit tetap mempertahankan kelebihan yang dimiliki oleh UD.Fajar mesin jahit .
2. Lebih mempertahankan faktor promosi karena dibuktikan dengan nilai eigen value yang tinggi konsumen sebagian besar memutuskan variabel promosi sebagai faktor yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian oleh karena itu pihak pengelola toko sangat perlu mempertahankan faktor tersebut dan lebih mengoptimalkan faktor yang lain.
3. Variabel – variabel pada faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian mesin jahit di UD.Fajar mesin jahit memiliki korelasi yang tinggi sehingga model yang dibentuk layak digunakan , jika ada faktor lain harus disesuaikan dengan faktor yang ada guna mempermudah dalam penelitian selanjutnya.