

## V. SIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan dilakukan analisis data, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Hasil analisis data menunjukkan bahwa uji F didapatkan nilai signifikansi 0,084 lebih besar dari 0,05. Artinya adalah perilaku konsumen yang terdiri dari (faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis) secara serentak ataupun secara bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap Perilaku konsumen yang mempengaruhi keputusan pembelian ikan asin di Desa Tuana Tuha.
2. Berdasarkan hasil Uji T faktor yang paling berpengaruh terhadap perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian adalah Variabel sosial masyarakat dengan nilai T hitung 2,340 dan sig 0,026. Faktor Sosial memberikan pengaruh paling banyak dalam perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian.

### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis dan simpulan diatas, ada beberapa saran yang diajukan sebagai berikut :

1. Untuk mempertahankan jumlah konsumen agar terus meningkat setiap tahunnya maka pihak penjual harus mengetahui lebih dalam mengenai konsumen, contohnya mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen, dan apa saja yang menjadi penyebab menurunnya konsumen.

2. Untuk menghindari persaingan dengan tempat penjualan ikan asin lain, pihak penjual perlu lebih kreatif dalam memasarkan produk, contohnya bisa memasarkan dengan menggunakan media online yang sekarang lebih banyak menggunakan media online dalam melakukan pembelian.