

BAB V

PENUTUP

1. KESIMPULAN

Dengan melakukan penelitian terhadap dosen yang merokok di UIN Imam Bonjol Padang, dengan tujuan untuk mencari faktor apa yang paling dominan yang mempengaruhi dosen sebagai konsumen produk rokok dalam keputusan pembeliannya, maka melalui penyebaran angket (kuesioner) kepada dosen yang dipilih menjadi sampel dengan menggunakan teknik statistik distribusi frekuensi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan dosen UIN IB Padang dalam pembelian produk rokok, maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

- 1.) Dari 30 indikator faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk rokok, ternyata faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian produk rokok oleh dosen UIN Imam Bonjol Padang adalah faktor keinginan pribadi dengan persentase 78,13%.
- 2.) Dari 30 indikator faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk rokok oleh dosen UIN Imam Bonjol Padang, didapat 5 besar faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk rokok diantaranya: a.)faktor keinginan pribadi (78,13%), b.)faktor kemudahan untuk mendapatkan produk, faktor budaya (65,63%), c.)faktor harga produk, dan faktor jangkauan lokasi (62,5%), d.)faktor aroma produk (59,38%), e.)faktor merek (56,25%).
- 3.) Dari 8 faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, maka dari 32 dosen yang dijadikan sampel sebanyak 272 pilihan yang dimasukkan ke dalam 30 indikator didapatlah sebanyak 56 pilihan untuk faktor produk dari 6 indikator yang tersedia, sebanyak 41 pilihan untuk faktor harga dari 4 indikator yang tersedia, sebanyak 41 pilihan untuk faktor distribusi dari 2 indikator yang tersedia, sebanyak 23 pilihan untuk faktor promosi dari 4 indikator yang tersedia, sebanyak 37 pilihan

untuk faktor budaya dari 3 indikator yang tersedia, sebanyak 12 pilihan untuk faktor sosial dari 3 indikator yang tersedia, sebanyak 34 pilihan untuk faktor pribadi dari 4 indikator yang tersedia, sebanyak 28 pilihan untuk faktor psikologi dari 4 indikator. Maka dapat disimpulkan faktor pribadi yang mendominasi jika dilihat dari segi semua pilihan yang masuk kedalam semua indikator.

2. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah data yang didapat belum mendalam karena responden terfokus kepada penilaian yang sudah diarahkan melalui angket (kuesioner) yang diberikan dan juga keterbatasan waktu yang diluangkan dosen yang dijadikan responden tidak banyak, di karenakan kesibukannya dalam mengemban tugas sebagai tenaga pendidik di Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.

3. Saran

Dari kesimpulan yang telah dipaparkan maka saya selaku peneliti ingin memberi saran:

- a.) Untuk produsen produk rokok, hasil penelitian ini bisa menjadi gambaran secara umum mengenai faktor konsumen dalam membeli rokok dan juga dapat menjadi pertimbangan produsen untuk kelangsungan arah kedepannya.
- b.) Untuk yang melakukan penelitian yang sama tentang produk rokok, saya berharap agar peneliti selanjutnya mampu untuk menutupi kekurangan yang ada pada penelitian yang saya lakukan.
- c.) Untuk perokok, saat penelitian didapat bahwasanya faktor keinginan pribadi yang dominan yang mendasari ia untuk merokok. Maka saran peneliti untuk perokok ialah, boleh saja si perokok untuk merokok karena itu adalah hak masing-masing pribadi, tapi perlu diperhatikan juga, bahwasanya tidak semua orang bisa beradaptasi dengan asap rokok, maka untuk si perokok yang ingin merokok,

tolong diperhatikan tempat lingkungan ketika akan merokok agar keharmonisan dalam interaksi sosial itu tercapai sehingga tidak ada yang merasa dirugikan.



UIN IMAM BONJOL
PADANG