

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1. Kesimpulan

Berdasarkan atas berbagai pembahasan dan analisis pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Hipotesis pertama telah terbukti, bahwa perilaku konsumen dalam pembelian kain tenun ikat di Kotamadya Denpasar dipengaruhi secara serentak dan bermakna oleh faktor pendidikan, penghasilan, harga, promosi dan distribusi. Hal ini ditunjukkan oleh angka F hitung = 69,607 lebih tinggi dari F tabel = 3,13 ( $p < 0,01$ ) dengan koefisien determinasi ganda (R Squared) sebesar 0,7073 atau sebesar 70,73% (signifikansi pada taraf nyata 1%).
2. Hipotesis kedua juga telah terbukti, bahwa variabel penghasilan merupakan variabel yang dominan pengaruhnya terhadap perilaku konsumen dalam pembelian kain tenun ikat di Kotamadya Denpasar ditunjukkan oleh t hitung = 16,985 lebih tinggi dari t tabel = 1,645 dengan tingkat signifikan 1%. Disamping itu kontribusi variabel penghasilan sebesar 0,6671 atau 66,71% dengan catatan variabel yang lain konstan.

3. Faktor harga dan distribusi mempunyai korelasi yang sangat kecil terhadap pembelian kain tenun ikat. Hal ini ditunjukkan dengan rendahnya koefisien determinasi parsial dan non signifikannya masing-masing faktor tersebut dengan perilaku konsumen dalam pembelian kain tenun ikat. Untuk faktor harga, koefisien determinasi parsialnya sebesar 0,0164 atau 1,64% (non signifikan pada taraf nyata 5%), dan angka koefisien determinasi parsial faktor distribusi sebesar 0,0014 atau 0,14% (non signifikan pada taraf nyata 5%).

## 6.2. Saran

Berdasarkan pada kesimpulan-kesimpulan yang diambil, maka selanjutnya dapat diusulkan beberapa saran yang mungkin dapat dilakukan dan bermanfaat bagi industri kain tenun ikat yang berada di Kotamadya Denpasar. Adapun saran yang diusulkan adalah sebagai berikut :

1. Dengan diketahuinya faktor penghasilan mempunyai pengaruh yang dominan terhadap perilaku konsumen dalam pembelian kain tenun ikat di Kotamadya Denpasar, selanjutnya berturut-turut pendidikan dan promosi, maka hal ini mencerminkan bahwa faktor penghasilan merupakan faktor yang sangat menentukan dalam pembelian kain tenun ikat. Bertitik tolak dari hasil tersebut, pengusaha hendaknya memproduksi produk kain tenun ikat sesuai

dengan penghasilan masyarakat, dalam artian pengusaha memproduksi kain tenun ikat dengan kualitas yang berbeda tetapi motifnya sama, sehingga semua masyarakat dalam lapisan penghasilan yang berbeda dapat menjangkaunya.

2. Promosi merupakan faktor yang berpengaruh signifikan kedua setelah penghasilan tetapi memberikan kontribusi yang sangat kecil yaitu 2,77% terhadap perilaku konsumen dalam pembelian kain tenun ikat. Hal ini disebabkan karena media promosi yang digunakan bersifat rutinitas dan monoton sehingga untuk memajukan usahanya sebaiknya pengusaha perlu melakukan promosi dengan menggunakan media yang lain seperti misalnya surat kabar, televisi maupun media-media lainnya. Sehingga kain tenun ikat bukan hanya dikenal oleh masyarakat Bali tetapi juga dikenal oleh masyarakat dari daerah-daerah yang lain.
3. Untuk penelitian lebih lanjut, perlu diteliti lagi faktor-faktor lainnya yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian kain tenun ikat, sehingga dapat diketahui efektifitas prediktor tersebut terhadap perilaku konsumen kain tenun ikat.