

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan bahwa variabel  $X_1$  (persepsi) pada Konsumen yang melakukan pembelian di rumah makan Barbar *Chinese Food Super* Jl. Joyoboyo, Kediri termasuk dalam kategori cukup, yakni mengacu terhadap pengklasifikasian dan pengkategorian pada tabel 4.12 “Kategori untuk variabel  $X_1$  (persepsi konsumen)” dengan nilai mean 45,27 yang berada diantara 42,2715 dan 48,2685 sedangkan standart deviasinya 5,977.
2. Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan bahwa variabel  $X_2$  (situasi ekonomi) pada Konsumen yang melakukan pembelian di rumah makan Barbar *Chinese Food Super* Jl. Joyoboyo, Kediri termasuk dalam kategori cukup, yakni mengacu terhadap pengklasifikasian dan pengkategorian pada tabel 4.13 “Kategori untuk variabel  $X_2$  (situasi ekonomi)” dengan nilai mean 29,71 yang berada diantara 27,2715 dan 32,1485 sedangkan standart deviasinya 4,877.
3. Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan bahwa variabel Y (keputusan pembelian) pada Konsumen yang melakukan pembelian di rumah makan Barbar *Chinese Food Super* Jl. Joyoboyo, Kediri termasuk

dalam kategori cukup, yakni mengacu terhadap pengklasifikasian dan pengkategorian ditentukan pada tabel 4.14 “Kategori untuk variabel Y (keputusan pembelian)” dengan nilai mean 48,97 yang berada diantara 45,495 dan 52,445 sedangkan standart deviasinya 6,950.

4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel  $X_1$  (persepsi konsumen) berpengaruh terhadap keputusan pembelian di rumah makan Barbar *Chinese Food Super* Jl. Joyoboyo, Kediri. Dibuktikan berdasarkan hasil uji regresi sebesar 0,01, yang berarti  $0,01 < 0,05$  adalah bahwa variabel persepsi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di rumah makan Barbar *Chinese Food Super* Jl. Joyoboyo, Kediri.
5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel  $X_2$  (situasi ekonomi) berpengaruh terhadap keputusan di rumah makan Barbar *Chinese Food Super* Jl. Joyoboyo, Kediri. Dibuktikan berdasarkan hasil uji regresi sebesar 0,00, yang berarti  $0,00 < 0,05$  adalah bahwa variabel situasi ekonomi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di rumah makan Barbar *Chinese Food Super* Jl. Joyoboyo, Kediri.
6. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel  $X_1$  (persepsi) dan  $X_2$  (Situasi Ekonomi) berpengaruh terhadap keputusan pembelian di rumah makan Barbar *Chinese Food Super* Jl. Joyoboyo, Kediri. Dibuktikan berdasarkan hasil uji regresi  $X_1$  (persepsi) dan  $X_2$  (Situasi Ekonomi) adalah sebesar  $0,004 < 0,05$ . Kontribusi pengaruh variabel  $X_1$  (persepsi) dan  $X_2$  (Situasi Ekonomi) terhadap keputusan pembelian sebesar 62,9% yang didapat dari hasil R Square dalam table 4.24 “Koefisien

Determinasi” dan  $R^2$  menghasilkan nilai sebesar 0,635 yang berarti variabel bebas (persepsi dan situasi ekonomi) berpengaruh kuat terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) sebab hasil nilai  $R^2$  mendekati angka 1.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti ingin menyampaikan beberapa saran yang sekiranya dapat dijadikan masukan, yakni sebagai berikut:

### 1. Bagi konsumen rumah makan Barbar *Chinese Food Super*

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan mengenai alasan terbesar konsumen membeli di rumah makan Barbar *Chinese Food Super*. Diharapkan konsumen rumah makan Barbar *Chinese Food Super* dapat mencari tahu mengenai faktor apa saja yang dapat memicu konsumen untuk melakukan pembelian, sehingga menjadikan rumah makan terus memberikan pelayanan serta menu terbaik.

### 2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, mengingat variabel persepsi dan situasi ekonomi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan hasil R Square sebesar 62,9% sedangkan 37,1% dipengaruhi oleh variabel lain selain persepsi dan situasi ekonomi. Sebagaimana masih terdapat variabel-variabel lain untuk diteliti diantaranya kebudayaan, subbudaya, kelas sosial, kelompok referensi, keluarga, peran dan status, usia dan tahapdaur hidup, pekerjaan, kepribadian dan konsep diri, motivasi, persepsi,

pembelajaran, serta sikap dan kepercayaan. Maka untuk penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan variabel lain yang mempengaruhi dapat mempengaruhi keputusan pembelian selain persepsi dan situasi ekonomi yang diteliti penulis. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan mengambil sampel yang lebih banyak agar menghasilkan penelitian yang lebih baik. Peneliti selanjutnya diharapkan mengambil fokus penelitian pada rumah makan yang lebih besar atau bahkan dalam satu kota/kabupaten.