

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada konsumen Soto Podjok Kota Kediri dan hasil analisis data yang berkaitan dengan rumusan masalah pada penelitian ini, maka ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel persepsi (X) pada Soto Podjok Kota Kediri memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 47,97 dan standar deviasinya sebesar 4,617. Dengan mengacu pada tabel kategorisasi nilai *mean* 47,97 berada diantara skor 45,6615 dan 50,2785 sehingga persepsi pada Soto Podjok Kota Kediri termasuk dalam kategori cukup.
2. Analisis data menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian (Y) pada Soto Podjok Kota Kediri memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 41,50 dan standar deviasinya sebesar 3,803. Nilai *mean* 41,50 berada diantara skor 39,5985 dan 43,4015 sehingga pada tabel kategorisasi keputusan pembelian pada Soto Podjok Kota Kediri termasuk dalam kategori cukup.
3. Hasil perhitungan korelasi yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 26 mendapatkan hasil nilai *pearson correlation* sebesar 0,576 dan nilai signifikasinya adalah 0,000 yang menunjukkan adanya korelasi sedang. Variabel persepsi berpengaruh signifikan terhadap keputusan

pembelian Soto Podjok Kota Kediri dengan hasil uji nilai $t_{hitung} = 6,839 > t_{tabel} = 1,986$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sedangkan hasil pengolahan data untuk uji regresi diperoleh persamaan regresi $Y = 18,723 + 0,475X$ dari persamaan regresi diperoleh hasil positif yang berarti semakin tinggi atau semakin baik nilai persepsi konsumen, maka semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian. Hubungan antara variabel persepsi (X) dengan variabel keputusan pembelian (Y) melalui nilai determinasi R^2 sebesar 0,332 atau 33,2% yang berarti variabel persepsi (X) berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 33,2%. Sedangkan sisanya, sebesar 66,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini seperti pribadi, sosial dan budaya.

B. Saran

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

1. Bagi Soto Podjok Kota Kediri

Dari hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa persepsi konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Semakin tinggi persepsi maka semakin tinggi pula keputusan pembelian. Oleh karena itu, Soto Podjok Kota Kediri disarankan untuk terus meningkatkan persepsi konsumen dengan cara terus meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan dan kualitas pelayanan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti dan menambahkan faktor variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Mengingat bahwa hasil penelitian ini, antara variabel persepsi dengan variabel keputusan pembelian mempunyai pengaruh sebesar 33,2% sedangkan sisanya 66,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini seperti pribadi, sosial dan budaya.