

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil paparan dari bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap tas Jimshoney, menurut konsumen atau member dari Toko Lingling\_Jimshoney Kediri tergolong dalam kategori “Baik” yaitu sebesar 64,4%.
2. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen terhadap tas Jimshoney, menurut konsumen atau member dari Toko Lingling\_Jimshoney Kediri tergolong dalam kategori “Baik” yaitu sebesar 59,2%.
3. Berdasarkan dari hasil penelitian, pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian setelah dianalisis menggunakan korelasi *pearson product moment* diperoleh hasil  $r$  sebesar 0,838 yang terletak diantara interval 0,70 – 1,000 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat tingkat hubungan korelasi yang sangat kuat. Perhitungan analisis regresi yang telah dilakukan, diperoleh hasil  $Y = 7,084 + 0,835X$ , koefisien  $a$  menunjukkan besarnya nilai variabel keputusan pembelian konsumen jika variabel persepsi adalah 0. Apabila  $X = 1$ , maka  $Y = 7,084 + 0,835(1) = 7,919$ . Jadi dapat disimpulkan bahwa, jika perubahan variabel

persepsi naik satu satuan, maka keputusan pembelian konsumen akan naik sebesar 7,919 dan bernilai positif. Hasil uji t memperoleh nilai t hitung > t tabel yaitu  $17,746 > 1,977961$  dan nilai tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai tingkat signifikansi ini lebih kecil dari 0,05, maka berarti hipotesis ( $H_a$ ) diterima. Selanjutnya, berdasarkan uji koefisien determinasi mendapatkan hasil *R square* sebesar 70,3% variasi variabel keputusan pembelian. Sedangkan sisanya sebesar 29,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan pada penelitian ini seperti faktor budaya, sosial, pribadi dan faktor lain dari psikologis yaitu motivasi, mempelajari, kepercayaan dan sikap.

## **B. Saran**

### 1. Bagi Toko Lingling\_Jimshoney Kediri

Penelitian ini menjadi salah satu pengetahuan dalam mengetahui tingkat keputusan pembelian konsumennya. *Owner* dari agen Toko Lingling\_Jimshoney hendaknya tetap menjaga kualitas pelayanannya agar konsumen tidak berpindah ke produk pesaing, serta hendaknya meningkatkan lagi strategi marketing untuk memperkenalkan produk kepada konsumen yang lebih luas agar produk ini lebih dikenal lagi oleh banyak konsumen di pasaran.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan variabel-variabel yang diteliti, karena tidak menutup kemungkinan bahwa dengan penelitian yang mencakup beberapa variabel akan menghasilkan kesimpulan yang lebih baik lagi.