

BAB VI

PENUTUP

Berdasarkan beberapa hasil pengolahan data dan analisis yang berkaitan dengan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

A. Kesimpulan

1. Variabel persepsi (X_1) terhadap keputusan pembelian konsumen di cafe WOW sumber podang termasuk dalam kategori cukup. Hal ini dibuktikan dengan nilai rata-rata (*Mean*) senilai 41,03 yang berada di antara skor 39,39 dan 44,80.
2. Variabel kelompok referensi (X_2) terhadap keputusan pembelian konsumen di cafe WOW sumber podang termasuk dalam kategori cukup. Hal ini dibuktikan dengan nilai rata rata (*Mean*) senilai 42,15 yang berada di antara skor 40,50 dan 43,79.
3. Variabel keputusan pembelian (Y) terhadap keputusan pembelian konsumen di cafe WOW sumber podang termasuk dalam kategori cukup. Hal ini dibuktikan dengan nilai rata-rata (*Mean*) senilai 41,26 yang berada diantara skor 39,76 dan 42,75.
4. Variabel persepsi (X_1) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di cafe WOW sumber podang (Y). Hal ini diketahui dari nilai t hitung sebesar 2,331 sedangkan t tabel diperoleh sebesar 1,985 dan signifikansi 0,022 yakni t hitung $>$ dari t tabel dan signifikansi $<$ 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_a

diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa persepsi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di cafe WOW Sumber podang kediri.

5. Variabel kelompok referensi (X_2) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan di cafe WOW sumber podang (Y). Hal ini diketahui dari nilai t hitung t 3,166 sedangkan t tabel diperoleh sebesar 1,985 dan signifikansi 0,002 yakni t hitung > dari t tabel dan signifikansi < 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa kelompok referensi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di cafe WOW Sumber podang kediri.
6. Secara silmutan variabel persepsi (X_1) dan kelompok referensi (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di cafe WOW sumber podang (Y) . Hal ini karena dapat diketahui bahwa nilai f tabel 3,09 sedangkan nilai f hitung sebesar 20,460, maka f hitung > f tabel dan signifikasi 0,000 < 0,05. Dan nilai R *square* 0,306 yang artinya pengaruh variabel persepsi dan kelompok referensi hanya mampu menjelaskan 30,6% terhadap keputusan pembelian sedangkan 69,4% disebabkan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian inii seperti budaya, motivasi, pekerjaan, gaya hidup, peranan dan status, dll.

B. Saran

1. Bagi Cafe WOW Sumber Podang Kediri

Bagi Cafe WOW Sumber Podang Kediri dikarenakan persepsi dan kelompok referensi berpengaruh cukup baik terhadap keputusan pembelian konsumen. Maka disarankan bagi Cafe WOW Sumber Podang Kediri untuk tetap menjaga dan mempertahankan harga, fasilitas yang baik, dan tempat cafe agar tetap nyaman dan lebih baik lagi. Agar nantinya konsumen yang datang berkunjung semakin nyaman dan berkunjung kembali ke cafe WOW sumber podang.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya akan lebih baik lagi jika pada variabel bebasnya dapat di tambahkan, agar hasil penelitiannya dapat lebih menggambarkan mengenai objek yang akan di teliti, mengingat bahwasannya pengaruh persepsi dan kelompok referensi sebesar 30,6% terhadap keputusan pembelian sedangkan sisanya 69,4% disebabkan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian inii seperti budaya, motivasi, pekerjaan, gaya hidup, peranan dan status, dll. Maka untuk pelitian selanjutnya dapat meneliti variabel lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian.