

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan terhadap konsumen Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri sebagai responden, maka dapat ditarik kesimpulan yang sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian serta hasil penyajian data yang terkumpul. Maka peneliti menyusun beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Analisis data variabel persepsi, diperoleh hasil 343 (98,3%) responden menyatakan bahwa persepsi Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri termasuk dalam kategori baik.
2. Analisis data variabel keputusan pembelian diperoleh hasil 340 (97,4%) responden menyatakan bahwa keputusan pembelian Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri termasuk dalam kategori baik.

Dengan menggunakan SPSS versi 21 untuk pengolahan dan perhitungan data, diperoleh koefisien *person correlation* sebesar 0,521 dengan nilai sig 0,000. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang sedang atau cukup antara variabel persepsi konsumen (x) dengan variabel keputusan pembelian (y). Hasil pengolahan dan perhitungan untuk uji t, diperoleh angka untuk  $t_{hitung}$  sebesar 6,438 dan nilai sig sebesar 0,000. Nilai sig lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sebesar  $6,438 > 1,966$ . Indikator tersebut menandakan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya, persepsi dapat

mempengaruhi pengambilan keputusan secara signifikan. Sedangkan hasil pengolahan dan perhitungan data untuk uji regresi diperoleh persamaan regresi  $Y=21,739+ 0,285X$  dari persamaan regresi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin tinggi atau semakin baik nilai persepsi konsumen, maka semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian. Sedangkan untuk hasil uji determinasi diperoleh nilai  $R^2$  sebesar 56,8% hal ini mengartikan bahwa pengaruh variabel persepsi (x) terhadap variabel keputusan pembelian (y) sebesar 56,8%. Sedangkan 43,2% dipengaruhi oleh variabel lain yaitu faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis.

## **B. Saran**

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti ingin memberikan beberapa saran yang bisa dijadikan masukan, yaitu sebagai berikut:

### **1. Bagi Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri**

Dari hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa persepsi konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Semakin tinggi persepsi konsumen maka semakin tinggi pula keputusan pembelian. Maka dari itu, Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri disarankan untuk terus meningkatkan persepsi konsumen dengan cara terus meningkatkan kualitas produk ataupun dari segi pelayanan dan harga.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mengadakan penelitian yang lebih mendalam lagi, dengan tujuan hasil penelitiannya lebih menggambarkan mengenai objek yang akan diteliti. Salahsatu langkah yang bisa dilakukan oleh peneliti selanjutnya yaitu dengan menambahkan variabel bebas. Mengingat bahwa hasil penelitian ini, antara variabel persepsi dengan variabel keputusan pembelian mempunyai pengaruh sebesar 56,8% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini, seperti motivasi, promosi, dan kepercayaan.