

BAB V**KESIMPULAN DAN SARAN****5.1. Kesimpulan**

Kesimpulan pada penelitian ini berdasarkan hasil analisis adalah sebagai berikut :

1. Persepsi Konsumen (X1) dan Sikap Konsumen (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian diperoleh nilai F 11.791 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa Persepsi Konsumen (X1) dan Sikap Konsumen (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dengan demikian, hipotesis pertama diterima.
2. Hasil penelitian diperoleh bahwa variabel Persepsi Konsumen (X1) memiliki koefisien regresi sebesar 0.315 terhadap keputusan pembelian (Y) dan nilai t hitung sebesar 4.150 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa persepsi konsumen (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Dengan demikian, hipotesis kedua diterima.
3. Hasil penelitian diperoleh bahwa variabel Sikap konsumen (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0.048 terhadap keputusan pembelian (Y) dan nilai t hitung sebesar 0.433 dengan tingkat signifikansi $0,668 > 0,05$. Hal ini berarti bahwa sikap konsumen (X2) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Dengan demikian hipotesis ketiga ditolak.
4. Koefisien determinasi (*R square*) sebesar 0.432 artinya bahwa persepsi konsumen (X1) dan sikap konsumen (X2) berpengaruh terhadap keputusan

pembelian (Y). Angka ini berarti bahwa kontribusi variabel persepsi konsumen (X1) dan sikap konsumen (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 43.2% dan sisanya 56.8% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Persepsi yang dilakukan konsumen merupakan variabel yang sangat penting yang perlu diperhatikan Toko Alfamidi Poso. Dengan memperhatikan kegiatan yang dilakukan konsumen maka Toko Alfamidi Poso dapat mengetahui apa saja yang berkaitan dengan penggunaan dan pembelian produk yang dapat dilakukan oleh konsumen yang menjadi pasar sasarannya dan dituntut untuk selalu memahami minat dan hasrat para konsumennya sehingga mempermudah Toko Alfamidi Poso untuk membuat strategi-strategi dan inovatif untuk menarik minat konsumennya.
2. Sikap yang baik dari konsumen terhadap Toko Alfamidi Poso sebaiknya perlu dipertahankan dan selanjutnya lebih ditingkatkan lagi dengan melakukan beberapa peningkatan, seperti peningkatan kualitas produk, kualitas pelayanan serta menciptakan inovasi-inovasi baru sehingga dapat menambah pengalaman positif dari konsumen. Akan tetapi sebagai catatan mengenai harga produk yang belum sesuai dengan harapan konsumen, sangatlah perlu diperhatikan karena jika ini terus menerus dibiarkan maka perlahan-lahan sikap positif yang ada akan menjadi berkurang, belum lagi dengan banyaknya toko-toko pesaing yang

mulai bermuculan yang akan menambah tingkat persaingan usaha di bidang retail.

3. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk menambah atau mengganti variabel independen lainnya selain persepsi konsumen dan sikap konsumen yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen keputusan pembelian yang bertujuan untuk lebih melengkapi penelitian ini karena masih ada variabel-variabel independen lain misalnya: Motivasi dan Kepercayaan yang mungkin bisa mempengaruhi keputusan pembelian agar dapat memotivasi seseorang untuk percaya pada suatu produk yang dibelinya khususnya pada produk-produk yang berada di Alfamidi di Kota Poso

