

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Persepsi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko suka roti di kota Kupang.
2. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa sikap konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko suka roti di kota Kupang.

#### **5.2 Implikasi Teoritis**

Implikasi teoritis dari hasil penelitian ini yaitu dapat menjadi bukti empiris yang menjelaskan analisis pengaruh persepsi dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian pada Toko Suka Roti Di Kota Kupang, sehingga hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi kepentingan keilmuan yang kemudian dapat dijadikan sebagai acuan maupun referensi untuk penelitian mendatang. Implikasi teoritis dalam penelitian ini adalah:

1. Hubungan persepsi dengan keputusan pembelian menurut teori Kotler dan Keller (2016:153), keputusan pembelian seseorang dipengaruhi oleh faktor psikologi utama, antara lain persepsi serta keyakinan dan pendirian. Pendapat diatas menunjukkan adanya hubungan antara persepsi konsumen dengan keputusan untuk

membeli suatu produk. Hasil penelitian saya membuktikan bahwa persepsi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko suka roti di kota Kupang, sehingga penelitian ini mendukung teori Kotler dan Keller (2016).

2. Hubungan sikap konsumen dengan keputusan pembelian menurut teori Suryani (2008:159) yaitu, bisa dinilai dari sikap konsumen terhadap produk dari suka (bersikap positif) atau tidak suka (bersikap negative) terhadap suatu produk akan mempengaruhi keinginan untuk memilih serta melakukan keputusan pembelian. Hasil penelitian saya membuktikan bahwa sikap konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko suka roti di kota Kupang, sehingga penelitian ini mendukung teori Suryani (2008).
3. Hasil penelitian ini sejalan dengan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Eko Hendrayanto dan Jafrizal (2019) menyatakan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara persepsi dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian pada minimarket di Kota Palembang. Berdasarkan hasil penelitian saya dengan hasil penelitian terdahulu membuktikan bahwa terdapat kesamaan pada hasil penelitian menunjukkan pengaruh positif dan signifikan antara persepsi dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian.

### **4.3 Implikasi Terapan**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan pada sub bagian pertama dalam penelitian ini, peneliti dapat mengemukakan beberapa hal penting sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian ini bagi toko Suka Roti Kota Kupang sudah baik dalam memahami setiap sikap konsumen dalam keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian masing-masing indikator dari 2 variabel terdapat nilai terendah ada pada indikator Pernyataan Produk yang ada pada toko suka roti memiliki berbagai varian rasa yang enak membuat konsumen tertarik untuk membeli. Indikator tersebut ada pada pernyataan pertama variabel persepsi konsumen (X1), adalah 41,1% termasuk dalam kategori sedang.

2. Disarankan Bagi penelitian selanjutnya, agar dapat meneliti lebih lanjut tentang variabel persepsi, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian mengenai pengaruh persepsi dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen.