

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka didapatkan kesimpulan mengenai pengaruh tagline “jagoriko”, persepsi konsumen, dan harga terhadap keputusan pembelian warung tradisional pada masyarakat Sedayu sebagai berikut:

- 5.1.1 Variabel tagline “jagoriko” berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian warung tradisional pada masyarakat Sedayu.
- 5.1.2 Variabel persepsi konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian warung tradisional pada masyarakat Sedayu.
- 5.1.3 Variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian warung tradisional pada masyarakat Sedayu.
- 5.1.4 Variabel tagline “jagoriko”, persepsi konsumen, dan harga secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian warung tradisional pada masyarakat Sedayu.
- 5.1.5 Variabel bebas yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah variabel harga.

## 5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian ini, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

- 5.2.1 Bagi pedagang warung tradisional dapat memperbaiki persepsi konsumen (masyarakat) terhadap warung tradisional. Perbaikan persepsi tersebut dapat dilakukan dengan perbaikan produk, pelayanan yang maksimal demi tercapainya kepuasan konsumen. Selain itu kemudahan transaksi juga perlu diterapkan misal dengan metode pembayaran digital seperti OVO, Go-Pay, Dana, dan lain-lain. Kebersihan warung tradisional juga menjadi hal penting dalam memperbaiki persepsi konsumen mengingat banyak warung tradisional yang kurang memperhatikan kebersihan.
- 5.2.2 Bagi Pemerintah Sedayu dapat melakukan kampanye atau ajakan kepada masyarakat untuk berbelanja di warung tradisional. Pemerintah juga dapat melakukan semacam sosialisasi kepada para pedagang bagaimana mengelola warung tradisional agar tidak kehilangan pembeli karena persaingan dengan warung modern.
- 5.2.3 Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian serupa dapat mengembangkan faktor-faktor pendukung lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian warung tradisional.

### **5. 3. Keterbatasan Penelitian**

Dalam penyusunan penelitian ini, penulis menemukan beberapa keterbatasan antara lain:

- 5.3.1 Sampel penelitian ini sangat terbatas yaitu sebanyak 100 orang yang tinggal di Desa Argomulyo. Penelitian akan lebih baik lagi apabila sampel diambil lebih banyak lagi dari desa lain juga di Kecamatan Sedayu yaitu Argosari, Argorejo, dan Argodadi.
- 5.3.2 Variabel yang dilibatkan hanya tagline, persepsi konsumen, dan harga, masih terdapat faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian misalkan loyalitas konsumen dan lokasi.
- 5.3.3 Penelitian ini masih menggunakan metode regresi , untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode lain seperti analisis faktor dan path.