

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini peneliti akan membahas kesimpulan akhir dari penelitian yang telah dilakukan dan memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat produk kue oleh-oleh kekinian di semua kota di Indonesia khususnya Yogyakarta serta bagi penelitian selanjutnya.

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian kue Jogja Scrummy pada *followers* instagram @jogjascrummy. Hasil uji parsial (uji t) diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar 0,000 ( $0,000 > 0,05$ ). Nilai tersebut membuktikan bahwa hipotesis diterima, yang berarti bahwa “Ada pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara variabel persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian.” Dilihat dari nilai koefisien determinasi  $r^2 = 0,362$  dapat dikatakan bahwanya pengaruh persepsi kualitas produk (X) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 36,2 %

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif antara persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Alasannya karena produk Jogja Scrummy yang dipersepsikan memiliki kualitas yang baik oleh konsumen dapat mempengaruhi keputusan pembelian terhadap produk tersebut. Karakteristik-karakteristik penilaian kualitas

produk tersebut antara lain adalah kinerja, fitur, kehandalan, kesesuaian, daya tahan, kemampuan pelayanan, estetika dan kualitas yang dipersepsikan. Persepsi akan berhubungan dengan perilaku seseorang dalam mengambil keputusan terhadap apa yang dikehendaki. Hal ini berarti bahwa persepsi kualitas memiliki dampak langsung terhadap keputusan pembelian.

## **B. Saran**

Penelitian berikutnya karakteristik responden dalam hal wilayah maupun karakteristik lain perlu dikembangkan agar dapat menghasilkan generalisasi yang lebih representatif. Demografi responden dalam penelitian ini juga tidak terbagi rata sehingga menimbulkan hasil pengujian persepsi yang sama. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya pembagian demografi responden perlu dipertimbangkan.

Pada penelitian selanjutnya perlu dibandingkan produk oleh-oleh kue kekinian dengan produk oleh-oleh kue khas yang memang sudah menjadi ikon kota tersebut dan legendaris di suatu kota terhadap perilaku pembelian mereka. Penelitian selanjutnya juga dirasa perlu membandingkan produk oleh-oleh kekinian yang berupa produk pangan dengan produk oleh-oleh kekinian lainnya yang mungkin berupa benda dengan produk oleh-oleh yang telah legendaris terhadap perilaku pembelian mereka.