

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Setelah dilakukan perhitungan secara Simultan (Uji F) variabel *Reliability* (kehandalan), *Durability* (daya tahan), *Serviceability*, *Esthetics* (Estetika), *Perceived Quality* (kualitas yang dipersepsikan) terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel *Reliability* (kehandalan), *Durability* (daya tahan) dan *Esthetics* (Estetika) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian karena hasil nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari pada  $t_{tabel}$  dan koefisien regresi lebih besar dari 0,05 dan untuk untuk variabel *Serviceability* dan *Perceived Quality* (kualitas yang dipersepsikan) yang berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian karena hasil nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  dan koefisien regresi lebih kecil dari 0,05.
2. Setelah dilakukan perhitungan secara uji regresi linier berganda variabel yang lebih berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Pempek Mancek Celentang Palembang ialah variabel *Perceived Quality* (kualitas yang dipersepsikan) karena nilai koefisien regresi lebih besar dari pada variabel yang lain.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah diuraikan, dapat dikemukakan beberapa saran antara lain:

1. Saran untuk variabel yang tidak berpengaruh dan tidak signifikan seperti *Reliability* (kehandalan) lebih menggunakan ikan segar, menggunakan bahan berkualitas dan terutama lebih memperhatikan dalam masalah kebersihan pempek sehingga jauh dari serangga, untuk variabel *Durability* (daya tahan) lebih meningkatkan kualitas pempek dan lebih teliti saat

vakum pempek sehingga kualitas pempek tetap terjaga bila disimpan dalam freezer selama 1 bulan dan untuk variabel *Esthetics* (Estetika) lebih meningkatkan dalam penyajian pempek yang tertata rapi, lebih rapi dalam pengemasan dalam kotak dan lebih memperhatikan dalam menampilkan pempek supaya kelihatan menarik sehingga menggugah selera konsumen untuk membeli.

2. Untuk penelitian yang mendatang, diharapkan peneliti yang lain dapat menambahkan dimensi lain dalam penelitiannya, karena dalam penelitian ini hanya dapat menjelaskan R square sebesar 59,5%. Dan sisanya 40,5% dipengaruhi oleh dimensi lain yang tidak diteliti.