

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang penulis lakukan pada pengguna *Vape* yang mengunjungi toko Vapetoblack maka dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Berdasarkan Hasil Uji F, persepsi konsumen dan harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 48,5% dan sisanya 51,5% dipengaruhi oleh variabel lain. Persamaan regresi yang terbentuk adalah $Y = 5,698 + 0,393 X_1 + 0,279 X_2$, yang artinya persepsi konsumen dan harga memiliki pengaruh positif, dimana keputusan pembelian akan meningkat jika persepsi konsumen yang dibangun semakin kuat dan harga yang ditawarkan semakin tepat, dan sebaliknya.
2. Berdasarkan hasil uji t, persepsi konsumen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 42,4% dan sisanya 57,6% dipengaruhi variabel lain. persamaan regresi yang terbentuk adalah $Y = 9,930 + 0,536 X_1$, yang artinya persepsi konsumen memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dimana apabila persepsi konsumen yang dibangun semakin baik dan kuat, maka keputusan pembelian akan meningkat, dan sebaliknya.
3. Berdasarkan hasil uji t, harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 33,2% dan sisanya 66,8% dipengaruhi variabel lain. persamaan regresi yang terbentuk adalah

$Y = 9,465 + 0,532 X_2$ yang artinya harga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dimana apabila harga semakin tepat, maka keputusan pembelian akan meningkat, dan sebaliknya.

5.2 Saran

Berdasarkan pengolahan data diatas, maka yang dapat penulis sarankan untuk toko Vapetoblack dengan produk *Vape* yang dijualnya adalah :

1. Persepsi konsumen dan harga memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian, hendaknya perusahaan lebih menguatkan lagi persepsi dibenak konsumen tentang *vape* dan menetapkan harga dengan tepat agar keputusan pembelian semakin meningkat.
2. Persepsi konsumen memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian, perusahaan harus lebih memperkuat lagi dan lebih mengedukasi konsumen agar persepsi dibenak konsumen tentang *vape* menjadi lebih baik lagi, sehingga keputusan pembelian akan produk terus meningkat.
3. Harga memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian, perusahaan harus lebih memikirkan lagi soal menetapkan harga agar tepat dikonsumen, sehingga keputusan pembelian terus meningkat.

