

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil persamaan regresi sederhana  $Y = 10,342 + 1,262X + e$ . Artinya adalah apabila persepsi konsumen diasumsikan bernilai nol (0), maka keputusan pembelian pada Kedai Coffee Too Kota Pekanbaru tetap sebesar 10,342. Nilai koefisien regresi 1,262 menyatakan bahwa jika persepsi konsumen mengalami peningkatan 1 satuan, maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 1,262
2. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, persepsi konsumen memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $t_{hitung}$  (10,342) >  $t_{tabel}$  (1,984) dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,000 masih berada dibawah 0,05 .
3. Nilai R sebesar 0,780 atau 78,0% berarti terdapat hubungan antara persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian pada Kedai Coffee Too Kota Pekanbaru. Nilai R Square sebesar 0,609 atau 60,9% persepsi konsumen dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada Kedai Coffee Too Kota Pekanbaru sementara sisanya 39,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

#### 6.2 Saran

1. Sebaiknya Kedai Coffee Too Kota Pekanbaru menyediakan produk-produk kopi yang berkualitas dan halal untuk dikonsumsi dengan

melampirkan sertifikat halal sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen muslim dan non muslim.

2. Sebaiknya Kedai Coffee Too Kota Pekanbaru menciptakan persepsi kedai kopi yang otentik dan memiliki signature yang berbeda dari kedai kopi lainnya sehingga pengunjung akan tertarik untuk datang dan melakukan pembelian.
3. Kedai Coffee Too Kota Pekanbaru juga harus selalu menjaga citra rasa dan penawaran harga terhadap produk kopi yang ditawarkan kepada pelanggan sehingga dapat menimbulkan rasa puas atas produk yang ditawarkan.
4. Untuk peneliti selanjutnya hendaklah lebih mengembangkan penelitian mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan oleh pelanggan dengan menggunakan analisis data yang berbeda serta menambah jumlah variabel variabel yang lainnya sehingga menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi.

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.