

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Beracuan riset “Pengaruh Preferensi dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lestari Food di Desa Tawangrejo Kecamatan Winong Kabupaten Pati” terdapat beberapa ringkasan sebagai berikut:

1. Preferensi konsumen berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian produk Lestari Food. Hal ini menunjukkan jika semakin tinggi tingkat preferensi konsumen mengenai (*Islamic Branding*, harga, tempat) maka keputusan pembelian produk Lestari Food turut semakin tinggi.
2. Persepsi konsumen memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian produk Lestari Food. Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi persepsi konsumen mengenai faktor internal yaitu: (pengalaman, kebutuhan, nilai yang dianut, ekspektasi) juga faktor eksternal yaitu: (produk secara visual, rangsangan pemasaran, lingkungan) maka semakin tinggi keputusan pembelian produk Lestari Food.
3. Preferensi dan persepsi konsumen secara simultan memberikan pengaruh yang positif juga signifikan terhadap keputusan pembelian produk Lestari Food.

B. Saran-Saran

1. Bagi Pengusaha Lestari Food

Dari hasil riset yang dijalankan oleh peneliti, tiap variable preferensi dan persepsi konsumen memberikan dampak signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga, diharapkan pengusaha atau pemilik Lestari Food untuk terus mengembangkan variasi pilihan produk dan juga membangun positif pandangan konsumen terhadap produk-produk Lestari Food. Sehingga konsumen puas mereka juga akan menjadi pelanggan tetap atau melakukan pembelian ulang.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Melalui riset yang sudah dilaksanakan oleh peneliti, kajian ini memiliki pengaruh sebesar 58,1% yang menggunakan variable preferensi dan persepsi konsumen. Sehingga, 41,9% dipengaruhi oleh variable lain. Jadi, untuk riset-riset selanjutnya bisa melakukan penelitian yang sama dengan cara menambah atau mengubah variabel lain yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian sehingga lebih akurat.