

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini yaitu

1. Ada pengaruh antara *customer perception* terhadap keputusan pembelian, hasilnya adalah positif, artinya semakin meningkatnya *customer perception* akan meningkatkan keputusan pembelian sehingga H_1 diterima
2. Ada pengaruh antara *price discount* terhadap keputusan pembelian hasilnya adalah positif, artinya semakin gencarnya *price discount* maka akan meningkatkan keputusan pembelian sehingga H_2 diterima
3. Ada pengaruh antara *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian hasilnya adalah positif, artinya semakin ditingkatkannya *store atmosphere* maka akan meningkatkan minat sehingga H_3 diterima
4. F_{hitung} mempunyai nilai 39.507 dan nilai F_{tabel} dari 81 responden sebesar 2,76 Karena $F_{hitung} >$ dari pada F_{tabel} dan taraf signifikasi $0.000 < 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan menandakan bahwa adanya pengaruh, sehingga model regresi dapat dikatakan bahwa *customer perception*, *price discount* dan *store atmosphere* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

B. Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah

1. Peneliti hanya meneliti wilayah kecamatan Undaan sehingga dalam penelitian ini kurang dapat menganalisis cakupan wilayah penelitian.
2. Peneliti melaksanakan penelitian pada saat pandemi corona sehingga peneliti melakukan penyebaran kuesioner dengan sistem ditempat, peneliti menggunakan cara meninggalkan kuesioner ditempat responden selanjutnya 1 hari kemudian peneliti mengambilnya kembali.

C. Saran

Peneliti memberikan saran untuk penelitian mendatang, antara lain:

- 1) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar memperluas cakupan penelitian se Kabupaten Kudus sehingga akan didapatkan hasil yang lebih maksimal
- 2) Agar dapat menambah nilai lebih dari tingkat pengaruh yang dihasilkan maka diharapkan peneliti selanjutnya menambah variabel bebas.

