

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti mengenai pengaruh harga, promosi, dan pengetahuan agama terhadap persepsi konsumen dalam minat beli produk di Fujiyatai maka kesimpulannya sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh terhadap persepsi konsumen dalam minat beli produk di Fujiyatai dengan nilai $\text{Sig} < 0,05$ ($0,001 < 0,05$), mempunyai t_{hitung} yaitu sebesar 3,279 dengan $t_{tabel} = 1,986$. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 memiliki kontribusi terhadap Y. Sehingga harga yang terjangkau untuk semua kalangan masyarakat akan meningkatkan persepsi yang baik dari para konsumen dan mereka akan tertarik untuk membeli. Hasil ini diperkuat penelitian dari Abdul Latief yang mendapatkan hasil bahwa harga secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen.
2. Promosi berpengaruh terhadap persepsi konsumen dalam minat beli produk di Fujiyatai dengan nilai $\text{Sig} < 0,05$ ($0,000 < 0,05$), mempunyai t_{hitung} yaitu sebesar 5,437 dengan $t_{tabel} = 1,986$. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa variabel (X_2) memiliki kontribusi terhadap Y. Sehingga promosi yang dilakukan secara baik dan unik akan meningkatkan persepsi pembeli yang akan memunculkan ketertarikan dalam membeli produk yang ditawarkan di Fujiyatai. Hasil ini diperkuat oleh penelitian dari Arief Adi Satria yang mendapatkan hasil bahwa promosi memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.
3. Pengetahuan agama tidak berpengaruh terhadap persepsi konsumen dalam minat beli produk di Fujiyatai dengan nilai $\text{Sig} > 0,05$ ($0,502 > 0,05$), mempunyai t_{hitung} yaitu sebesar 0,674 dengan $t_{tabel} = 1,986$. Jadi $t_{hitung} < t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa variabel (X_3) tidak memiliki kontribusi terhadap Y. Pengetahuan agama tidak memiliki pengaruh terhadap persepsi konsumen karena para konsumen dalam membeli tidak

mementingkan tingkat pengetahuannya, dan mereka membeli suatu produk karena keinginan ataupun kebutuhan. Hasil ini diperkuat penelitian dari Imam Syafei yang mendapatkan hasil bahwa tingkat pengetahuan agama tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi mahasiswa pada gerakan radikalisme berbasis agama.

B. Saran

Penulis menyadari bahwa hasil penelitian ini belum dikatakan sempurna karena banyak keterbatasan dalam pelaksanaan penelitian ini. Namun harapan dari penelitian dapat memberikan kontribusi. Berdasarkan hasil penelitian terdapat hal yang harus dilakukan lebih lanjut diantaranya:

1. Pihak Fujiyatai
 - a. Harga yang ditawarkan sebaiknya terjangkau untuk semua kalangan masyarakat.
 - b. Mempromosikan produk dan memperluas jangkauan pemasaran agar para konsumen tertarik untuk membeli di Fujiyatai
 - c. Memberikan pelayanan terbaik kepada para konsumen supaya terciptanya rasa kepuasan.
 - d. Selalu mengedepankan sisi keagamaannya dengan menjaga kepercayaan bahwa produk yang ditawarkan halal baik bahannya ataupun cara mengolahnya
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Sebaiknya peneliti selanjutnya menambah variabel bebas atau indikator baru agar lebih lengkap memperoleh informasi.
 - b. Diharapkan untuk mengembangkan penelitian ini sebagai acuan penelitian selanjutnya seperti teori terbaru, atau metodenya yang beda dengan penelitian ini.
 - c. Diharapkan penggunaan sampel pada penelitian selanjutnya lebih banyak lagi agar data menjadi lebih akurat.