

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Karakteristik konsumen dalam pembelian Rendang pada Usaha Dapoer Rendang Riry mayoritas berada pada rentang usia 36–45 tahun (25,22%), berjenis kelamin perempuan (57,39%), memiliki tingkat pendidikan terakhir SMA/ sederajat (50,43%), serta sebagian besar berprofesi sebagai ibu rumah tangga (30,43%). Pendapatan terbanyak berada pada kisaran Rp 2.850.000 – Rp 4.450.000 (31,30%). Frekuensi pembelian yang paling umum adalah dalam jumlah 500 gram hingga 1 kg (40,00%), dan jenis rendang yang paling banyak dibeli adalah kombinasi antara rendang telur dan rendang daging (55,65%).
2. Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian Rendang pada Usaha Dapoer Rendang Riry semuanya berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai signifikansi (*P value*) yang lebih kecil dari 0,05. Faktor psikologis memiliki pengaruh paling signifikan ($P = 0,000$), diikuti oleh faktor kebudayaan ($P = 0,001$), faktor pribadi ($P = 0,004$), dan faktor sosial ($P = 0,021$).

5.2 Saran

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh maka ada beberapa saran yang dapat diberikan peneliti yaitu:

1. Penelitian ini masih terbatas pada analisis konsumen pada Dapoer Rendang Riry dalam satu wilayah atau segmen pasar. Oleh karena itu, disarankan agar

penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan wilayah, dan mempertimbangkan variabel tambahan lainnya.

2. Usaha Dapoer Rendang Riry dapat lebih memperhatikan faktor psikologi konsumen seperti persepsi kualitas, kepercayaan, dan loyalitas, untuk meningkatkan keputusan pembelian dan mempertahankan konsumen.

