

V. KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

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

1. Karakteristik konsumen dalam pembelian produk rendang yaitu kunjungan terbanyak konsumen dengan umur 20 – 34 tahun dengan persentase 69,60%. Hasil persentase dari data jenis kelamin konsumen rendang yaitu sebesar 63,20% untuk responden perempuan dan sisanya 36,80 % responden laki – laki. Pendidikan terbanyak dari responden yaitu perguruan tinggi S.1 dengan persentase 68,00%. Wiraswasta merupakan pekerjaan terbanyak dari responden yaitu 37,60%. Sedangkan pendapatan responden terbanyak yaitu >Rp.3.500.000 dengan persentase 34,40% dan wilayah tempat tinggal umumnya di Kota Padang dengan persentase 45,93%.
2. Penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen terdiri dari faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi, Hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa di antara faktor-faktor tersebut, faktor pribadi memberikan pengaruh yang paling signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk rendang yaitu dengan nilai $P - value$ 0,000, dan faktor budaya, dan psikologi berpengaruh signifikan. Pada faktor sosial hasil uji signifikannya berpengaruh tetapi tidak nyata.