

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien t_{hitung} dengan menggunakan SPSS dengan hasil menunjukkan koefisien persepsi nilai terhadap minat beli dengan nilai t_{hitung} 1,5442 dan nilai t_{tabel} 1,979. Berdasarkan nilai tersebut $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa persepsi nilai (X) berpengaruh signifikan terhadap minat beli (Y). sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi nilai konsumen berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk beras di Pabrik Penggilingan Ngatijan, kemudian pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebesar 47%, sedangkan sisanya 53% dipengaruhi variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

B. SARAN

Berdasar kepada kesimpulan yang disampaikan ini terdapat beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan dan bisa dijadikan sebagai acuan dan ini sudah sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan, diantaranya:

1. Maka disarankan kepada Pabrik Penggilingan Ngatijan untuk persepsi nilai konsumen perlu ditingkatkan agar minat beli produk beras di Pabrik Penggilingan Ngatijan semakin meningkat juga, dapat diupayakan dengan menambah variasi produk beras yang lain agar kebutuhan konsumen untuk membeli produk beras tersebut terpenuhi, dan untuk harga lebih dijangkau oleh para konsumen.

2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memasukan variabel lain yang memiliki potensial yang tinggi untuk memprediksi minat beli serta memperdalam teori-teori yang ada tentang persepsi kualitas, persepsi harga dan juga persepsi nilai.