

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

1. Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel persepsi konsumen dan *visual complexity* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian kuliner makanan, hal ini berarti H_a diterima. Hasil ini dapat dilihat dari hasil uji f yang mana hasil nilai signifikansi adalah 0,000 yang mana nilai tersebut kurang dari 0,05 dan nilai F hitung sebesar 38,027 dan lebih besar dari F tabel sebesar 3,089. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel persepsi konsumen dan *visual complexity* secara simultan berpengaruh serta signifikan terhadap keputusan pembelian kuliner makanan di Kota Banjarmasin.
2. Hasil penelitian pada variabel persepsi konsumen mempunyai pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian kuliner makanan di Kota Banjarmasin hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi variabel persepsi konsumen adalah 0,000 yang mana nilai tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05. Dengan demikian dapat dilihat juga bahwa T_{hitung} dari variabel persepsi konsumen adalah sebesar 3,630 yang mana nilainya lebih besar dari T_{tabel} dalam penelitian ini yaitu 1,984. Hal ini mengidentifikasi bahwa persepsi konsumen telah memberikan pengaruh dalam keputusan pembelian kuliner makanan di kota Banjarmasin.
3. Hasil penelitian pada variabel *visual complexity* menunjukkan bahwa

terdapat pengaruh secara parsial atau signifikan terhadap keputusan pembelian kuliner makanan, hal ini dapat dilihat dari signifikansi variabel *visual complexity* adalah 0,000 yang berarti bahwa nilai tersebut kurang dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05. Diketahui juga bahwa nilai dari T_{hitung} pada variabel *visual complexity* adalah sebesar 7,461 yang mana nilai tersebut lebih besar dari T_{tabel} yaitu 1,984. Hal ini mengidentifikasi bahwa *visual complexity* telah memberikan pengaruh dalam keputusan pembelian kuliner makanan di kota Banjarmasin.

B. Saran

Adapun beberapa saran yang dapat peneliti simpulkan adalah sebagai berikut:

1. Para pelaku usaha UMKM kuliner makanan sebaiknya dapat membuat tampilan foto makanan dengan menarik dan menggugah selera orang yang melihatnya. Namun apabila melakukan sebuah foto makanan harus sesuai dengan yang dihidangkan kepada konsumen baik dari segi jumlah atau banyaknya porsi makanan maupun bentuknya agar para konsumen tidak merasa tertipu dengan foto yang ditampilkan.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat meneliti variabel lainnya yang diprediksi mampu memengaruhi keputusan pembelian. Penelitian dapat dilakukan secara lebih mendalam bagaimana pengaruh *food photography* di era serba digital ini.