

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada taraf signifikansi 5%, maka kesimpulan yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. **Kualitas Produk**

Kualitas Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Ditunjukkan dari hasil uji t hitung sebesar 4.136 dengan signifikansi 0.000, dan koefisien regresi 0.444. Hal ini berarti kualitas produk yang baik sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Pasar Klithikan Pakuncen.

b. **Harga**

Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Ditunjukkan dari hasil uji t hitung sebesar 2.165 dengan signifikansi 0.033, dan koefisien regresi 0.188. Hal ini berarti pemberian harga yang sesuai dengan kualitas produk sangat berpengaruh terutama untuk menjaga minat beli konsumen di Pasar Klithikan Pakuncen.

c. **Pelayanan**

Pelayanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Ditunjukkan dari hasil uji t hitung sebesar 2.888

dengan signifikansi 0.005, dan koefisien regresi 0.295. Hal ini berarti pelayanan yang baik sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Pasar Klithikan Pakuncen.

- d. Kualitas produk, harga dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil uji F hitung sebesar 33.193 dengan signifikansi 0.000. Hal ini dapat diartikan apabila penjual di Pasar Klithikan Pakuncen menyediakan (menawarkan) barang-barang yang berkualitas dan sesuai selera konsumen, dan penjual menawarkan harga yang sesuai dengan keadaan barang-barang yang ditawarkan, serta memberikan pelayanan yang ramah dan baik, maka akan turut meningkatkan minat beli konsumen di Pasar Klithikan Pakuncen.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, berikut ini diberikan beberapa saran antara lain:

1. Bagi pihak Pasar Klithikan
  - a. Bagi pihak Pasar Klithikan disarankan untuk menyediakan (menawarkan) barang-barang yang berkualitas dan sesuai selera konsumen, dan memberikan penawaran harga yang sesuai dengan keadaan barang-barang yang ditawarkan, serta memberikan pelayanan yang ramah dan baik.
  - b. Memberikan kesan yang baik, terutama pada kebersihan lingkungan pasar, pajangan-pajangan (penataan barang) sangat

berpengaruh pada minat beli konsumen, para penjual yang (bersih, cantik/gagah, rapi dan berpakaian sopan) mampu menjadi daya tarik pembeli, memberikan sedikit hiburan seperti musik yang nyaman dapat merangsang pengunjung untuk melakukan pembelian sehingga meningkatkan volume penjualan.

2. Bagi penelitian lain yang hendak melakukan penelitian sejenis agar dapat mengembangkan penelitian serta menambah kekurangan yang ada pada penelitian ini, sehingga makin memperkaya pengetahuan tentang pengaruh kualitas produk, harga dan pelayanan terhadap minat beli.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Obyek peneliti yang tidak terlalu besar yaitu hanya kawasan Pasar Klithikan.
2. Penelitian ini hanya mengambil sampel konsumen di Pasar Klitikan yang berjumlah 100 orang, sehingga hasil penelitian kurang dapat digeneralisasikan dalam lingkup yang lebih luas.
3. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, sehingga mungkin datanya bersifat subyektif, akan lebih baik bila ditambahkan metode wawancara sehingga hasil penelitian yang diperoleh lebih lengkap.
4. Penelitian ini hanya meneliti pengaruh suasana toko, promosi dan lokasi terhadap minat beli di Pasar Klithikan. Masih ada factor lain yang dapat

mempengaruhi minat beli misalnya factor lokasi, persepsi merek, iklan dan budaya.

5. Hasil penelitian ini uji  $R^2$  diperoleh nilai 0.582 atau 58.2 persen dapat dikategorikan masih rendah karena nilai  $R^2$  kurang dari 60 persen. Hal ini membuktikan faktor-faktor independen diluar penelitian tidak mampu diidentifikasi dengan baik, maka diperhatikan kehati-hatian dalam penelitian variabel independen untuk memperoleh nilai  $R^2$  yang maksimal.