

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari analisis penelitian dan pembahasan Tentang Kualitas Produk dan Harga pada Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanggapan konsumen terhadap kualitas produk terhadap minat beli secara keseluruhan berada dalam kategori baik. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

2. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa secara uji t (uji parsial) diketahui bahwa variabel minat beli berpengaruh signifikan terhadap variabel harga. Kemudian secara uji f (uji simultan) diketahui variabel harga dan variabel gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat beli.

3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hasil dari uji analisis regresi linear sederhanapada penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian dapat dilihat dari hasil analisis regresi sederhana yang dimana nilai konstanta dan nilai koefisien regresi Kualitas Produk mempunyai pengaruh yang positif yang berarti jika Kualitas Produk meningkat sebesar satu satuan maka Keputusan Pembelian sehingga hipotesis diterima.

4. Pengaruh Harga Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Makanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap harga terhadap keputusan pembelian.

5. Pengaruh Minat Beli Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada saat yang sama dua faktor bebas yang dipertimbangkan, yakni minat beli serta kualitas suatu produk mempengaruhi Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Hal ini sesuai juga dengan angka signifikan, sehingga  $H_0$  yang berbunyi tidak ada pengaruh yang signifikan antara dimensi Minat Beli terhadap variabel keputusan pembelian ditolak.

6. Pengaruh Minat Beli Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan pada minat beli terhadap harga, promosi terhadap minat beli, harga terhadap keputusan pembelian, promosi terhadap kualitas produk. Hasil uji pengaruh tidak langsung menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan harga dan minat beli terhadap keputusan pembelian melalui harga, serta promosi terhadap keputusan pembelian melalui minat beli.

## 5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan beberapa masukan yang bermanfaat untuk Toko Parfume refiil Inc. Redible dalam menentukan kebijakan usaha yang berkaitan dengan kualitas produk, minat beli, harga dan Keputusan pembelian dimasa yang akan datang yakni sebagai berikut :

### 1. Bagi penulis

Dari penelitian ini diharapkan akan menambah ilmu pengetahuan dan penerapannya kedalam dunia bisnis pada usaha UMKM yang berkaitan dengan kualitas produk, minat beli, harga dan Keputusan pembelian

### 2. Bagi Universitas

Memberikan beberapa informasi kepada pihak lain untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan dapat menambah kepustakaan sebagai informasi bahan perbandingan bagi penelitian lain sebagai wujud Universitas Bhayangkara Jakarta Raya umumnya Fakultas Ekonomi pada khususnya program studi Manajemen.

### 3. Bagi UMKM

Sebagai bahan informasi dan masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan penjualan pada usaha parfume refill inc. redible

### 4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya memasukan variabel bebas lainnya sebagai prediktor variabel bagi Keputusan pembelian, sehingga dapat diperoleh informasi yang lebih banyak tentang faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan pembelian.