

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh signifikan antara harga terhadap minat beli pada toko Sami Makmur di desa Gondang Bojonegoro. Artinya bahwa harga yang sesuai dengan keinginan konsumen dan sesuai dengan harga pada umumnya maka akan berdampak positif bagi kepuasan konsumen itu sendiri begitupun sebaliknya jika penetapan harga tidak sesuai dengan keinginan konsumen maka akan berpengaruh negatif pada kepuasan konsumen Toko Sami Makmur
2. Ada pengaruh signifikan antara promosi terhadap minat beli pada Toko Sami Makmur di desa Gondang Bojonegoro. Artinya bahwa promosi yang sesuai dengan pasar maka akan memberikan *feedback* yang positif bagi toko serta minat beli dari konsumen akan lebih meningkat apabila promosi yang disampaikan sampai ke desa-desa juga memudahkan konsumen sebaliknya jika promosi yang disampaikan kurang maksimal dan tidak sesuai dengan kondisi pasar maka akan memberikan pengaruh negatif bagi toko serta minat beli
3. Ada pengaruh signifikan antara keberagaman produk terhadap minat beli. Artinya bahwa kualitas pelayanan yang baik maka akan

berdampak positif bagi toko, konsumen akan merasa puas dan senang dengan toko begitupun sebaliknya jika pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan konsumen dan tidak sesuai dengan etika yang baik maka akan memberikan dampak buruk bagi perusahaan.

4. Ada pengaruh yang signifikan antara harga, promosi dan keberagaman produk terhadap minat beli pada Toko Sami Makmur. Artinya bahwa harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan, promosi yang meluas dan baik dan keberagaman produk yang diinginkan konsumen tersedia akan memberikan pengaruh terhadap minat beli pada Toko Sami Makmur.

B. Implikasi

1. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh:

- a. Wahyunita (2016) Menyebutkan yaitu terdapat hubungan harga yang berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Hal ini merupakan bahwa harga bisa digunakan untuk menarik minat beli.
- b. Hardiansyah (2019) Menyebutkan yaitu terdapat hubungan promosi yang berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Hal ini merupakan bahwa promosi bisa digunakan untuk menarik minat beli.

- c. Pratiwi (2016) menyebutkan bahwa terdapat hubungan keberagaman produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Hal ini berarti keberagaman produk dapat digunakan untuk menarik minat beli.

2. Implikasi Praktis

Implikasi praktis dari penelitian ini diharapkan memberikan input bagi toko Sami Makmur agar dapat mengetahui dan memperhatikan akan persaingan harga yang bersaingin dengan toko sekitar, aktif dalam promosi baik langsung maupun lewat media sosial dan memperhatikan keberagaman produk di dalam toko atau di gudang. Setiap pembelian di toko Sami Makmur selalu memperhatikan keluhan-keluhan atau harapan dari konsumen agar kedepannya akan menimbulkan keputusan pembelian yang dapat meningkatkan keuntungan perusahaan itu sendiri.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Toko Sami Makmur

Dalam penelitian pengaruh harga, promosi dan keberagaman produk terhadap minat beli pada toko sami makmur. Namun variabel yang paling dominan adalah harga jadi toko untuk lebih memperhatikan harga yang di tawarkan pada konsumen, apakah memberikan diskon atau potongan

harga untuk pembelian produk tertentu yang telah dibeli agar lebih menarik minat beli konsumen.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan penelitian pada faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi minat beli. Besarnya faktor harga, promosi dan keberagaman produk terhadap minat beli adalah adalah 80,3% dan sisanya 19,7% merupakan faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat beli selain faktor yang diteliti dalam penelitian ini. Penelitian selanjutnya dapat menganalisis faktor-faktor lain yang memberikan kontribusi terhadap minat beli pada jenis perusahaan yang lainnya.