

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat dijelaskan kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji t dapat dilihat bahwa $t_{hitung} 2,108 > t_{tabel} 2,032$ pada variabel kualitas produk (X1), artinya bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif secara parsial terhadap minat beli konsumen Qubicle Coffee Palembang. Sedangkan nilai $t_{hitung} 2,596 > t_{tabel} 2,032$ pada variabel harga (X2), artinya bahwa variabel harga memiliki pengaruh positif secara parsial terhadap minat beli konsumen Qubicle Coffee Palembang.
2. Berdasarkan uji F dapat dilihat bahwa F_{hitung} sebesar $19,819 > F_{tabel}$ sebesar 3,280. Artinya kualitas produk dan harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat beli konsumen.
3. Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen Qubicle Coffee Palembang sebesar 0,538 atau sebesar 53,8%, sisanya 46,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah dijelaskan, maka penulis mempunyai beberapa saran, yaitu:

1. Bagi Qubicle Coffee Palembang untuk lebih memperhatikan kualitas produk yang dijual. Mengingat semakin banyak pesaing baru yang mulai muncul dengan kualitas produk yang variatif dan Qubicle Coffee Palembang harus menjaga konsistensi dalam pemilihan kualitas produk yang bagus karena sangat penting dalam sebuah usaha. Upaya yang harus dilakukan ialah seperti menambah menu dan varian rasa produk baru pada Qubicle Coffee Palembang. Sehingga apabila memperhatikan kualitas

produk, konsumen akan tertarik dan tidak merasa bosan setiap harinya dan juga dapat meningkatkan minat beli konsumen.

2. Harga Qubicle Coffee Palembang juga hendaknya perlu dipertahankan karena konsumen Qubicle Coffee Palembang setuju dengan harga yang sudah disesuaikan dengan kualitas produk yang diberikan. Maka dari itu Qubicle Coffee Palembang sebaiknya sering mengadakan potongan harga (*discount*) agar lebih menarik perhatian konsumen untuk memutuskan pembelian pada Qubicle Coffee Palembang.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan penelitian selanjutnya. Dikarenakan besar hubungan antara kualitas produk dan harga terhadap minat beli hanya sebesar 53,8% dan sisanya 46,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam laporan ini, sehingga bagi peneliti selanjutnya disarankan agar lebih mengembangkan variabel-variabel lain seperti variabel diferensiasi produk guna memberikan kontribusi yang lebih baik.