

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kenaikan harga dan kualitas produk terhadap minat beli tahu goreng lestari di Desa Pasir Putih Kab. Banyuasin, maka dapat ditarik kesimpulan :

- a. Variabel Kenaikan Harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Beli (Y). Hal ini menunjukkan bahwa besar kecilnya kenaikan harga bergantung pada besarnya perubahan penawaran atau permintaan dan dengan adanya kenaikan harga maka minat beli konsumen akan menurun.
- b. variabel Kualitas Produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Beli (Y). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang baik dan sesuai dengan harapan konsumen akan meningkatkan minat beli untuk melakukan pembelian begitu juga sebaliknya.
- c. Variabel Kenaikan Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli (Y). Hal ini menunjukkan bahwa produk ditetapkan dengan harga yang lebih terjangkau maupun mahal tetapi memiliki kualitas produk yang sangat baik tentunya akan memberikan nilai yang lebih tinggi terhadap produk tersebut sehingga dapat meningkatkan minat beli.

- d. Variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap variabel Minat Beli (Y) adalah variabel Kualitas Produk (X2). Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk(X2) memberikan nilai yang terpenting untuk menarik konsumen terhadap produk sehingga dapat meningkatkan minat beli.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian ini, maka penulis memberikan saran yang semoga dapat bermanfaat bagi perusahaan, antara lain :

1. Bagi UMKM

UMKM Tahu Goreng Lestari diharapkan agar dapat menjadikan penelitian ini sebagai masukan untuk mempertahankan dan meningkatkan mutu / kualitas dari produk yang dihasilkan agar tetap sesuai dengan harga yang ditawarkan kepada konsumennya.

2. Bagi Sekolah Tinggi

Sekolah tinggi diharapkan penelitian ini bisa dijadikan referensi dan dapat menjadi bahan acuan untuk penelitian yang akan datang.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya yang akan mengangkat tema yang sama dapat mengembangkan penelitian lebih lanjut terhadap kenaikan harga dan kualitas produk dengan populasi yang lebih banyak.