

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil uji hipotesis secara parsial uji t menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli *Snack* Pak Man Desa Asam Jawa dengan hasil yang diperoleh nilai t_{hitung} ($1,950 > 1,198$), pada taraf signifikan $0,000 < 0,05$, dengan begitu Hipotesis diterima.
2. Hasil uji hipotesis secara parsial uji t menunjukkan bahwa mouth to mouth marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli *Snack* Pak Man Desa Asam Jawa dengan hasil yang diperoleh t_{hitung} ($1,705 > 1,198$), pada taraf signifikan $0,001 < 0,05$, dengan begitu Hipotesis diterima.
3. Hasil uji hipotesis secara parsial uji t menunjukkan bahwa kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli *Snack* Pak Man Desa Asam Jawa dengan hasil yang diperoleh nilai t_{hitung} ($1,720 > 1,198$), pada taraf signifikan $0,001 < 0,05$, dengan begitu Hipotesis diterima.
4. Hasil uji hipotesis secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa harga produk, promosi, distribusi dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan dengan diperoleh hasil nilai F_{hitung} ($8,730 > F_{tabel}$ ($3,96$)) pada taraf signifikan $0,00 < 0,05$ terhadap minat beli *Snack* Pak Man Desa Asam Jawa.

5. Nilai Adjusted R Square menunjukkan terhadap minat beli *Snack* Pak Man Desa Asam Jawa mampu dipengaruhi oleh harga, *mouth to mouth marketing* dan kualitas sebesar 30,4%, sedangkan sisanya sebesar 69,6% dipengaruhi factor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Toko harus mampu memahami bagaimana suasana kondusif harga sekitar yang dapat memberikan pengaruh terhadap minat beli *Snack* Pak Man Desa Asam Jawa.
2. Toko harus lebih meningkatkan *mouth to mouth marketing* yang dapat menarik para konsumen agar minat beli *Snack* Pak Man mengalami peningkatan karena dengan adanya promosi yang memadai dan mudah digunakan maka aspek tersebut dapat memberikan pengaruh dalam meningkatkan minat beli *Snack* Pak Man Desa Asam Jawa.
3. Toko harus mempertahankan kualitas yang sudah baik agar minat beli akan meningkat dan tidak terjadi peningkatan minat beli yang lebih tinggi karena kualitas yang baik.
4. Toko untuk pengembangan sistem perusahaan ada kalanya meningkatkan pengembangan harga, *mouth to mouth marketing* dan kualitas untuk menunjang terhadap minat beli *Snack* Pak Man Desa Asam Jawa agar lebih meningkat.

5. Bagi peneliti selanjutnya yang akan mengkaji lebih dalam pada bidang yang sama agar menambah factor lain seperti citra merek, desain produk dan lain sebagainya yang memiliki pengaruh terhadap minat beli sehingga dapat memberikan kontribusi kepada perusahaan.