

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dari itu penelitian ini dapat diambil kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Hasil Uji t untuk penelitian ini adalah
  - a. Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  Produk (X1) yaitu  $1,857 > 1,660$  dan nilai Signifikansi yaitu  $0,045 < 0,05$ . Maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, maka Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen.
  - b. Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  Harga (X2) yaitu  $1,897 > 1,660$  dan nilai Signifikansi yaitu  $0,034 < 0,05$ . Maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, maka Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen.
  - c. Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  Promosi (X3) yaitu  $3,297 > 1,660$  dan nilai Signifikansi yaitu  $0,001 < 0,05$ . Maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, maka Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen.
  - d. Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  Tempat (X4) yaitu  $1,233 > 1,660$  dan nilai Signifikansi yaitu  $0,022 < 0,05$ . Maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, maka Tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen.
2. Hasil Uji F pada penelitian ini adalah  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $11,049 > 2,46$ ) dan nilai probabilitas  $<$  nilai signifikan ( $0,000 \leq 0,05$ ). Maka variabel Independen secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen.

3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda pada penelitian ini adalah

$$Y = 5,547 + 0,268 X_1 + 0,010 X_2 + 0,362 X_3 + 0,112 X_4 + e$$

4. Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Nilai R Square pada table dapat diketahui sebesar 0,318 Yang berarti bahwa 31,8 % variable dependen yaitu Minat Beli Konsumen dapat dijelaskan melalui variable independent yang terdiri dari Produk, Harga, Promosi, dan Tempat. Sedangkan sisanya sebanyak 44,2% dapat dijelaskan diluar model penelitian.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dari itu penelitian ini dapat diambil kesimpulan, dimana hal ini merupakan jawaban dari rumusan masalah, yaitu sebagai berikut:

1. Dari hasil uji t promosi mempunyai nilai yang paling besar yaitu 3,297 oleh karna itu penulis menyarankan kepada pihak BarIX *Coffee Shop In Town* semakin giat meningkatkan promosinya seperti melalui *benner*, dan media sosial sehingga minat beli konsumen semakin meningkat.
2. Dari hasil uji t Tempat mempunyai nilai yang paling kecil yaitu 1,233 oleh karna itu penulis menyarankan kepada pihak BarIX *Coffee Shop In Town* untuk semakin meningkatkan kenyamanan seperti tempat yang strategis, ruangan yang tertutup dan musik yang dimainkan tidak terlalu keras sehingga sehingga pengunjung bisa rileks sambil menyeruput kopi sehingga minat beli konsumen semakin meningkat.
3. Kepada peneliti selanjutnya hendaknya menambahkan variabel-variabel diluar penelitian ini mengingat hasil Koefisien Determinasi 31,8 %.