

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh harga, lokasi, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen, maka bisa diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda secara parsial, hasil uji t menunjukkan bahwa variabel harga ( $X_1$ ) berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen (Y) pada Unimus Mart. Uji hasil dominan menunjukkan bahwa variabel Harga ( $X_1$ ) memiliki nilai koefisien beta sebesar 0,439 dan t hitung sebesar 3,913, sehingga variabel Harga ( $X_1$ ) menjadi variabel yang paling berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Unimus Mart. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Hanif (2021) dan M. Bahruzen, dkk (2020), yang menyimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.
2. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda secara parsial, hasil uji t menunjukkan bahwa variabel lokasi ( $X_2$ ) tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen (Y) pada Unimus Mart. Hal ini dikarenakan lokasi Unimus Mart berada disudut kampus dan kurang terlihat jelas dari jarak pandang atau kurang terlihat menonjol dari bangunan lain yang ada di UNIMUS. Sehingga membuat minat beli konsumen terhadap Unimus Mart kurang baik. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jefri Aldi (2019) dan Fransiska Novi Erviandari

(2018), yang menyimpulkan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

3. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda secara parsial, hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kelengkapan produk ( $X_3$ ) berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli (Y) konsumen pada Unimus Mart. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Ngasifudin (2021) dan Jefri Aldi (2019), yang menyimpulkan bahwa kelengkapan produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen.
4. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda secara parsial, hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen (Y) pada Unimus Mart. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizal Umam, dkk (2022) dan Mohammad Hanif Nur Ritanto (2021), yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen.
5. Variabel harga ( $X_1$ ), lokasi ( $X_2$ ), kelengkapan produk ( $X_3$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_4$ ) secara bersama-sama (*simultan*) berpengaruh terhadap minat beli konsumen (Y) pada Unimus Mart. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gervasius Kada Kea (2022), yang menyimpulkan bahwa persepsi harga, suasana toko, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (*simultan*) berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

## **B. Implikasi**

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dikemukakan implikasi secara teoritis dan praktis sebagai berikut :

1. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah pengaturan terhadap harga dan pelayanan yang berkualitas menjadi aspek penting yang harus diperhatikan agar konsumen tidak berpindah pada toko ritel lain yang menawarkan posisi lokasi yang lebih strategis dan produk yang lebih beragam.
2. Implikasi teoritis dari penelitian ini perlu adanya kajian lebih lanjut terhadap pengalaman konsumen dan posisi lokasi yang mungkin menjadi variabel lain yang mempengaruhi minat beli konsumen.

### **C. Saran**

Berdasarkan dari kesimpulan hasil penelitian mengenai “Harga, Lokasi, Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Unimus Mart”, maka penulis telah menyusun beberapa saran yaitu berikut :

#### **1. Bagi Perusahaan**

Unimus Mart diharapkan untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan faktor munculnya minat beli konsumen seperti harga, lokasi, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan. Terutama pada faktor lokasi sebaiknya Unimus Mart menyediakan tempat yang lebih luas untuk menata barang atau produk yang dijual demi kenyamanan konsumen. Dengan begitu konsumen akan semakin tertarik untuk berbelanja di Unimus Mart.

#### **2. Bagi Penelitian Selanjutnya**

- a. Peneliti menyarankan bagi peneliti yang akan datang, hendaknya mengadakan penelitian dengan populasi yang lebih luas dan sampel yang berbeda, sehingga faktor yang mempengaruhi minat beli dapat teridentifikasi lebih luas.

- b. Disarankan bagi peneliti yang akan datang, untuk meningkatkan jumlah responden penelitian. Peningkatan responden bisa dilakukan dengan mengirimkan kuesioner melalui link google form serta menyebarkan secara langsung untuk menargetkan responden. Hal ini dilakukan agar dapat mengontrol demografi responden untuk menjawab kuesioner. Sehingga hasilnya dapat menjadi implikasi manajerial baru bagi kemajuan Unimus Mart untuk memperbaiki kualitasnya.