

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan melalui pembuktian terhadap hipotesis dan permasalahan tentang pengaruh Inovasi produk, Harga, Testimoni konsumen terhadap Minat beli pada UD. Betty Mueble Pati. Pada bab IV dapat disimpulkan sebagai berikut :

- Hasil penelitian secara parsial untuk variabel Inovasi produk menunjukkan bahwa Inovasi produk ( $X_1$ ) memiliki nilai uji t dengan nilai t hitung sebesar  $3.586 > t$  tabel 1,661 dengan signifikansi sebesar 0,001. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 berarti dapat disimpulkan  $H_1$  diterima dan menolak  $H_0$ . Artinya variabel inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.
- Hasil penelitian secara parsial untuk variabel Harga menunjukkan bahwa Harga ( $X_2$ ) mempunyai hasil dari hasil uji t dengan nilai t hitung sebesar  $0.404 > t$  tabel 1,661 dengan signifikansi sebesar 0,687. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 berarti dapat disimpulkan  $H_0$  diterima dan menolak  $H_2$ . Artinya variabel harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat beli. Walaupun hubungan variabel harga dan minat beli bernilai positif namun pengaruhnya tidak signifikan.
- Hasil penelitian secara parsial untuk variabel Testimoni Konsumen ( $X_3$ ) menunjukkan bahwa Testimoni Konsumen mempunyai hasil sebesar  $4,371 > t$  tabel 1,661 dengan signifikansi sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari

0,05 berarti dapat disimpulkan H3 diterima dan menolak H0. Artinya variabel testimoni konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli

- Hasil Penelitian secara simultan untuk variabel Inovai Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Testimoni Konsumen( $X_3$ ) mempunyai nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $17.1784 \geq 2,705 F_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $0,000 \leq 0,05$  berarti dapat disimpulkan H4 diterima dan menolak H0. Artinya variabel Inovasi Produk, Harga, Testimoni Konsumen secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli di UD. Betty Mueble Pati.

## 5.2 Saran

Adapun saran yang bisa diberikan berhubungan dengan penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Bagi akademis, hendaknya mempelajari variabel apa saja yang berpengaruh selain 3 variabel yang digunakan terhadap minat beli untuk melakukan penelitian selanjutnya dapat diperoleh hasil yang maksimal dan sesuai dengan hipotesis serta menambah variabel tambahan agar semakin memperkuat pengaruh yang ada terhadap minat beli.
2. Bagi perusahaan, hendaknya lebih ditingkatkan lagi faktor-faktor penting yang digunakan sebagai kesuksesan UD. Betty Mueble Pati seperti dimulai dari memperbanyak inovasi produk dan menerapkan harga yang sesuai dan menunjukkan testimoni konsumen yang asli tanpa rekayasa agar menarik minat beli konsumen.