

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Burger King Majapahit Semarang” Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang mengkaji hubungan dan pengaruh antara variabel *independent* yaitu kualitas produk, harga, promosi dan pelayanan yang berhubungan dengan variabel *dependent* yaitu minat beli konsumen. Pada penelitian ini digunakan jumlah responden penelitian cukup terbatas yaitu sebanyak 100 responden. Ciri khas dari pendekatan kuantitatif yaitu berkaitan dengan angka dan analisis statistik, dengan memakai skema survey dan melakukan eksperimen, melakukan pengukuran dan observasi dan melakukan pengujian teori dengan uji statistik.

Berikut ini dapat disimpulkan dari hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya sebagai kesimpulan dari penelitian ini:

1. Hasil Uji t (Uji Parsial) dalam penelitian ini adalah
 - a. Nilai t hitung pada variabel kualitas produk (X1) adalah 2,991 dengan tingkat signifikansi 0,004. Karena nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $2,991 > 1,660$ dan nilai signifikansi $<$ taraf signifikan yaitu $0,004 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.
 - b. Nilai t hitung pada variabel harga (X2) adalah 5,303 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $5,303 > 1,660$ dan nilai signifikansi $<$ taraf signifikan yaitu $0,000 < 0,05$, maka dapat

disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

- c. Nilai t hitung pada variabel Promosi (X_3) adalah 3,314 dengan tingkat signifikansi 0,001. Karena nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $3.314 > 1,660$ dan nilai signifikansi $<$ taraf signifikan yaitu $0,001 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.
- d. Nilai t hitung pada variabel pelayanan (X_4) adalah 2,002 dengan tingkat signifikansi 0,048. Karena nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $2,002 > 1,660$ dan nilai signifikansi $<$ taraf signifikan yaitu $0,048 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

2. Hasil Uji F (Uji simultan) dalam penelitian ini adalah

Hasil perhitungan statistik dari Uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 319,976 selanjutnya adalah mencari nilai F_{tabel} pada signifikansi 0,05 dengan menggunakan rumus $F_{tabel}(k ; n-k)$. Dimana “ k ” adalah jumlah variabel independent sementara “ n ” adalah jumlah responden, maka perhitungannya adalah $(4 ; 100-4) = (4 ; 96)$. Angka ini menjadi acuan mencari nilai F_{tabel} pada distribusi F_{tabel} statistik, maka menghasilkan nilai F_{tabel} sebesar 2,47. Dengan demikian maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($319,976 > 2,47$) dan nilai probabilitas $<$ signifikansi ($0,000 < 0,05$). Maka variabel independet secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

3. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda pada penelitian ini adalah

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$Y = 0,341 + 0,202X_1 + 0,389X_2 + 0,261X_3 + 0,074X_4 + e$$

4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) adalah

Uji Koefisien determinasi dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R square* sebesar 0,928 = 92,8 % yang berarti bahwa variasi dalam variabel minat beli dapat dijelaskan oleh variasi variabel kualitas produk, harga, promosi dan pelayanan dengan nilai sebesar 92,8% sedangkan untuk sisanya 7,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

1.2 Saran

Saran dari penelitian ini, yang merupakan solusi dari rumusan masalah, dapat diambil berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang disajikan pada bab sebelumnya, yaitu sebagai berikut:

1. Kepada Burger King Majapahit Semarang senantiasa selalu mempertahankan dan meningkatkan Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Pelayanan karena 4 variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen .
2. Kepada Burger King Majapahit Semarang senantiasa selalu mempertahankan dan meningkatka harga karena berdasarkan hasil uji t harga merupakan variabel nilai terbesar sehingga apabila kualitas produk dan promosi ditingkatkan maka minat beli konsumen akan meningkat.

3. Kepada karyawan Burger King Majapahit Semarang hendak selalu memberi pelayanan yang terbaik agar konsumen merasa puas dan muncul rasa ingin kembali ke Buger King Majapahit Semarang.
4. Dengan memperhatikan hasil dari penelitian berguna untuk memperbaiki kekurangan dalam penelitian ini maka penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan data yang terbaru, dan memperluas objek penelitian agar penelitian memberikan hasil yang lebih relevan dan akurat.