

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Harga Produk dan Inovasi Produk terhadap Minat Beli di Bakso Mas Paino. Dengan jumlah populasi sebanyak 210 orang dan sebanyak 136 responden yang digunakan menjadi sampel. Berdasarkan analisis data dan pembahasan mengenai variabel Harga Produk dan Inovasi Produk terhadap Minat Beli maka dapat diketahui sebagai berikut:

1. Bahwa Harga Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli pada Bakso Mas Paino dibuktikan dengan hasil nilai signifikansi dan nilai t-hitung. Variabel Harga Produk mempengaruhi secara signifikan terhadap Minat Beli pada Bakso Mas Paino. Variabel yang paling besar mempengaruhi adalah variabel variasi harga dalam satu merek, dampak pada kepuasan pelanggan, kesesuaian harga dengan manfaat.

Penetapan harga yang kompetitif dan adanya variasi produk yang sesuai dengan preferensi konsumen dapat meningkatkan minat beli.

Konsumen cenderung mempertimbangkan kesesuaian antara harga yang dibayarkan dengan manfaat yang diperoleh dari produk. Semakin tinggi kesesuaian antara harga dan manfaat, semakin besar kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian.

2. Bahwa Inovasi Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli yang dibuktikan dengan hasil nilai signifikansi dan nilai t-hitung. Dimana variabel Inovasi Produk mempengaruhi Minat Beli pada Bakso Mas Paino. Dimana

variabel Inovasi Produk mempengaruhi Minat Beli pada Bakso Mas Paino. Variabel yang paling besar mempengaruhi adalah variabel Kemampuan Mengadaptasi Kebutuhan dan Selera Pasar.

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa variasi rasa dan variasi produk memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hasil analisis data menunjukkan bahwa pelanggan cenderung lebih memilih produk yang menawarkan produk yang bervariasi dan rasa yang berbeda. Hasil analisis data menunjukkan bahwa semakin banyaknya variasi rasa dan variasi produk, semakin tinggi tingkat ketertarikan dan keinginan konsumen untuk membeli produk tersebut.

3. Bahwa Harga Produk dan Inovasi Produk berpengaruh secara simultan terhadap Minat Beli yang dibuktikan dengan hasil nilai signifikansi dan nilai t-hitung. Variabel Harga Produk dan Inovasi Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli pada Bakso Mas Paino. Variabel yang paling besar mempengaruhi adalah variabel inovasi produk dari indikator motivasi untuk menceritakan keunggulan produk, keterlibatan dalam diskusi atau forum, kesediaan untuk merekomendasikan produk.

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa motivasi untuk menceritakan keunggulan produk sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk pengalaman pribadi, kepuasan terhadap produk, serta pengaruh sosial dari lingkungan sekitar.

Respon konsumen terhadap promosi dan penawaran khusus dipengaruhi oleh kombinasi faktor-faktor seperti tingkat diskon, jangka waktu promo, metode

komunikasi promosi, dan nilai tambah yang diberikan kepada konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi yang efektif harus dirancang secara strategis untuk meningkatkan minat belanja dan meningkatkan loyalitas merek.

5.2. Saran

Saran penelitian adalah rekomendasi yang diberikan berdasarkan hasil analisis dan temuan dalam suatu studi, yang bertujuan untuk memperbaiki, mengembangkan, atau melanjutkan penelitian di masa depan. Tujuan dari saran penelitian adalah untuk memberikan arahan yang jelas bagi peneliti selanjutnya, mendorong eksplorasi lebih lanjut terhadap topik yang diteliti, serta meningkatkan kualitas dan relevansi penelitian dalam konteks ilmiah dan praktis

1. Untuk Pelaku Usaha

1. Berdasarkan temuan dari penelitian ini variabel yang memiliki pengaruh terbesar adalah Inovasi Produk, sehingga, Bakso Mas Paino sebaiknya lebih inovatif dalam menginovasi produknya.
2. Harga yang ditawarkan Bakso Mas Paino dengan kompetitornya relatif sama yang membuat persaingan usaha sangat kompetitif. Disarankan untuk pihak Bakso Mas Paino agar tetap menjaga kualitas produk meski persaingan harga yang kompetitif. Dengan kualitas produk yang terjaga baik pelanggan akan merasa puas dan loyal.

2. Akademis

1. Berdasarkan keterbatasan pada penelitian ini, Populasi hanya berdasarkan data penjualan selama 3 bulan. Sehingga tidak dapat mengukur secara lebih luas. Bagi peneliti selanjutnya agardapat memperluas populasi.

2. Penelitian ini hanya berfokus pada variabel Inovasi Produk dan Harga Produk. Untuk peneliti selanjutnya agar dapat menambahkan variabel lain yang dapat diukur dengan minat beli.
3. Penelitian ini hanya mengukur pengaruh secara tidak langsung, selanjutnya dapat dilakukan penelitian dengan model mediasi atau moderator yang dapat mengukur minat beli secara tidak langsung.

3. Untuk Konsumen

1. Cobalah berbagai varian bakso yang tersedia, termasuk rasa dan topping yang beragam, agar mendapat pengalaman baru dan menemukan varian yang paling disukai.
2. Berikan saran atau masukan kepada pengelola Bakso Mas Paino mengenai rasa, porsi, dan pelayanan agar mereka bisa terus meningkatkan kualitas dan inovasi produk sesuai keinginan pelanggan.