

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi bagaimana minat beli konsumen di Laska Store Bangko dipengaruhi oleh harga dan kualitas produk. 155 responden dipilih secara acak dari populasi 253. Kesimpulan berikut dapat diambil berdasarkan analisis data dan perdebatan seputar pengaruh kualitas produk dan karakteristik pencetakan digital terhadap minat pembelian konsumen:

1. Hasil nilai signifikansi dan nilai t-hitung menunjukkan bahwa *digital marketing* berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dalam melakukan pembelian di Toko Laska Store, berdasarkan analisis data hasil uji parsial (Uji T). Minat beli konsumen untuk melakukan pembelian di Toko Laska Store dipengaruhi secara signifikan oleh variabel *digital marketing*.
2. Hasil nilai signifikansi dan nilai t-hitung menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dalam melakukan pembelian di Toko Laska Store, berdasarkan analisis data hasil uji parsial (Uji T). Minat beli konsumen untuk melakukan pembelian di Toko Laska Store dipengaruhi secara signifikan oleh variabel Kualitas Produk.
3. Hasil nilai signifikansi menunjukkan bahwa *digital marketing* dan kualitas produk mempunyai pengaruh simultan yang kuat terhadap minat beli konsumen, berdasarkan analisis data hasil uji parsial (Uji F). Di Toko Laska, faktor-faktor seperti *digital marketing* dan kualitas produk mempunyai pengaruh yang besar terhadap keinginan membeli pelanggan.

5.2. Saran

Saran penelitian melaksanakan rekomendasi yang diperoleh dari analisis dan temuan penelitian dengan tujuan menawarkan jawaban, memajukan, atau melaksanakan penelitian lebih lanjut. Rekomendasi ini dimaksudkan untuk memberikan panduan yang jelas bagi para peneliti di masa depan, mendorong penyelidikan lebih lanjut terhadap subjek tersebut, dan meningkatkan kualitas dan penerapan penelitian baik dalam konteks ilmiah maupun dunia nyata.

1. Untuk Pelaku Usaha

Untuk menyediakan sablon yang efisien, sederhana, dan cepat kepada pelanggan, pelaku usaha diharapkan melakukan penelitian dan pengembangan serta pengkajian terhadap sistem teknologi yang digunakan. Selain itu, pengembangan media promosi diharapkan dapat mendorong penjualan dan pemasaran.

2. Akademis

Peneliti mengharapkan mahasiswa lain yang melakukan penelitian serupa atau melakukan penelitian tambahan pada topik yang sama akan menganggap penelitian ini berharga. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian ini, disarankan untuk memasukkan variabel-variabel yang belum tercakup saat ini, seperti aspek budaya, sosial, pribadi, dan psikologis, sehingga dapat menjadi referensi yang baik bagi para wirausahawan dan masyarakat umum serta dapat menjadi bahan pertimbangan. digunakan sebagai bahan pembandingan dan referensi pada penelitian selanjutnya.

3. Saran Praktisi

Temuan penelitian menunjukkan bahwa minat beli konsumen dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas produk dan harga. Penulis berpendapat bahwa penelitian selanjutnya mungkin akan menggunakan penelitian ini sebagai panduan dan penilaian. Suatu korporasi harus memperhatikan kualitas produk dan harganya. Peneliti menyatakan bahwa hal ini penting karena dapat menentukan loyalitas pelanggan dan efektivitas pasar.