

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis yang dipaparkan diatas dapat disimpulkan bahwa :

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dengan minat beli konsumen ( $Y$ ) bahwa terdapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. dengan hasil  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak yang berarti kualitas produk mempengaruhi minat beli konsumen untuk berbelanja di Indomaret Kota Kupang.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada variabel brand/ merek ( $X_2$ ) dengan minat beli konsumen ( $Y$ ) bahwa terdapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. dengan hasil  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak yang berarti brand/ merek mempengaruhi minat beli konsumen untuk berbelanja di Indomaret Kota Kupang.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada variabel kemasan ( $X_3$ ) dengan minat beli konsumen ( $Y$ ) bahwa terdapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. dengan hasil  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak yang berarti kemasan mempengaruhi minat beli konsumen untuk berbelanja di Indomaret Kota Kupang.
4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada variabel harga ( $X_4$ ) dengan minat beli konsumen ( $Y$ ) bahwa terdapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. dengan hasil  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak yang

berarti harga mempengaruhi minat beli konsumen untuk berbelanja di Indomaret Kota Kupang.

5. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada variabel ketersediaan barang (X5) dengan minat beli konsumen (Y) bahwa terdapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. dengan hasil  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak yang berarti ketersediaan barang mempengaruhi minat beli konsumen untuk berbelanja di Indomaret Kota Kupang.
6. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada variabel promosi (X6) dengan minat beli konsumen (Y) bahwa terdapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. dengan hasil  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak yang berarti promosi mempengaruhi minat beli konsumen untuk berbelanja di Indomaret Kota Kupang

## 5.2. Implikasi Teoritis

Implikasi Teoritis dalam penelitian ini adalah:

- a. Menurut Kotler dan Keller (2009) definisi faktor minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian.

Faktor-faktor yang membentuk minat beli menurut Kotler dalam Abzari, *et al* (2014), yaitu :

1. Faktor kualitas produk, merupakan atribut produk yang dipertimbangkan dari segi manfaat fisiknya.
2. Faktor brand / merek, merupakan atribut yang memberikan manfaat non material, yaitu keputusan emosional.

3. Faktor kemasan. Atribut produk berupa pembungkus dari pada produk utamanya.
  4. Faktor harga, pengorbanan riel dan material yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh atau memiliki produk
  5. Faktor ketersediaan barang, merupakan sejauh mana sikap konsumen terhadap ketersediaan produk yang ada.
  6. Faktor promosi, merupakan pengaruh dari luar yang ikut memberikan rangsangan bagi konsumen dalam memilih produk
- b. Hasil penelitian terbukti secara teoritis di mana variabel kualitas produk, brand/ merek, kemasan, harga, ketersediaan barang dan promosi berpengaruh positif dan negative serta signifikan terhadap minat beli konsumen

### **5.3. Implikasi Terapan**

Penulis menyampaikan beberapa saran yang dikiranya dapat diterima oleh Indomaret Kota Kupang sebagai berikut:

1. Sebaiknya Indomaret Kota Kupang memberikan promo lebih lama lagi tidak memberikan diskon lebih banyak lagi. Sehingga akan membuat konsumen lebih tertarik dan melakukan pembelian ulang anggap dengan segala kebutuhan pengunjung, khususnya untuk pengunjung yang berkebutuhan khusus dan pengunjung merasa kesulitan dalam menemukan produk agar mereka mendapatkan kepuasan dan akan melakukan pembelian ulang.
2. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen Misalnya kualitas pelayan dan promo atau diskon.