

BAB V

KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penyajian data dari hasil analisis data penelitian yang telah diuraikan pada bab IV, maka dalam pembahasan ini akan ditarik kesimpulan bahwa:

Pembahasan ini merupakan jawaban atas permasalahan yang ada, sehingga diketahui apakah pengaruh variabel bebas yaitu Inovasi Produk (X1) dan Minat Beli (X2) berpengaruh signifikan atau tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Minat Beli (Y).

- 1) Inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli di Toko Bunga Grace Flow Liliba Kupang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat inovasi produk yang dilakukan oleh Toko Bunga Grace Flow, seperti variasi desain bucket, kreativitas rangkaian bunga, kombinasi produk (bucket bunga, bucket coklat, bucket uang), serta penyesuaian dengan tren dan permintaan pelanggan, maka semakin tinggi pula minat beli konsumen. Inovasi yang menarik dan berbeda dari pesaing mampu meningkatkan ketertarikan, keinginan, dan keputusan konsumen untuk membeli.
- 2) Harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli di Toko Bunga Grace Flow Liliba Kupang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga yang terjangkau, sesuai dengan kualitas produk, serta memiliki variasi harga berdasarkan ukuran dan jenis bucket, mampu meningkatkan minat beli konsumen.

Konsumen cenderung mempertimbangkan kesesuaian antara harga dan manfaat yang diperoleh sebelum melakukan pembelian. Semakin kompetitif dan sesuai harga yang ditawarkan, maka semakin tinggi minat beli pelanggan.

5.2. Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Inovasi Produk dan Harga terhadap Minat Beli pada Toko Bunga Grace Flow Liliba Kupang, maka implikasi teoritis penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

Secara teoritis, inovasi produk merupakan strategi penting dalam menciptakan keunggulan bersaing. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016), inovasi produk adalah proses pengembangan produk baru atau penyempurnaan produk yang sudah ada guna menciptakan nilai yang lebih tinggi bagi konsumen. Sementara itu, Fandy Tjiptono (2015) menyatakan bahwa inovasi produk merupakan upaya perusahaan dalam melakukan pembaruan desain, fitur, kualitas, maupun fungsi produk untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing di pasar.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Temuan ini memperkuat teori bahwa inovasi mampu meningkatkan persepsi nilai (*perceived value*) serta daya tarik produk di mata konsumen. Ketika konsumen melihat adanya pembaruan, kreativitas, dan keunikan produk, maka akan timbul ketertarikan yang mendorong minat untuk melakukan pembelian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hal ini mendukung teori persepsi nilai yang menyatakan bahwa konsumen akan membandingkan antara manfaat yang diterima dengan biaya yang dikeluarkan. Apabila harga dinilai sesuai dengan kualitas dan inovasi produk, maka minat beli akan meningkat.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan implikasi teoritis bahwa inovasi produk dan harga tidak dapat dipisahkan dalam mempengaruhi minat beli. Inovasi meningkatkan daya tarik dan nilai produk, sedangkan harga memperkuat persepsi kelayakan nilai tersebut. Ketika keduanya dikelola secara seimbang, maka akan tercipta kesesuaian nilai (*value congruence*) yang mendorong peningkatan minat beli konsumen.

Dengan demikian, penelitian ini memperkuat teori pemasaran modern yang menyatakan bahwa kombinasi strategi diferensiasi (melalui inovasi) dan strategi penetapan harga yang tepat merupakan faktor utama dalam membentuk perilaku pembelian konsumen, baik pada perusahaan besar maupun pada usaha kecil dan menengah seperti toko bunga grace flo.

5.3. Implikasi Terapan

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka peneliti dapat mengemukakan beberapa hal penting sebagai berikut:

1. Berdasarkan pada hasil penelitian yang menunjukan bahwa inovasi produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen , maka Toko Bunga Grace Flow perlu terus meningkatkan inovasi produk yang ditawarkan. Hal ini dapat dilakukan dengan menciptakan berbagai variasi bucket

menarik dan mengikuti perkembangan tren, seperti bucket foto, gift box, dan bucket LED. Selain itu toko juga perlu memperhatikan desain, kreativitas, serta keunikan produk agar terlihat lebih menarik di mata konsumen.

2. Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen, maka Toko Bunga Grace Flow perlu memperhatikan strategi penetapan harga yang tepat. Harga yang ditetapkan sebaiknya disesuaikan dengan kualitas produk, bahan yang digunakan, ukuran bucket, serta desain yang ditawarkan kepada konsumen. Selain itu, harga yang kompetitif dan terjangkau akan memberikan kemudahan bagi konsumen dalam menentukan pilihan pembelian. Dengan penetapan harga yang sesuai dan sebanding dengan kualitas produk yang diberikan, konsumen akan merasa puas dan tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan sehingga dapat meningkatkan minat beli pada Toko Bunga Grace Flow.