

BAB V

PEMBAHASAN

Setelah peneliti melakukan penelitian langsung dengan menyebarkan kuisisioner yang diajukan kepada konsumen di Toko Plastik Gondik Kesamben Blitar. Kemudian peneliti mengolah data hasil jawaban kuisisioner yang telah diisi oleh responden. Dalam pengolahan data hasil jawaban kuisisioner tersebut peneliti menggunakan aplikasi IBM *SPSS 25.0*, maka tujuan yang akan dikemukakan oleh peneliti adalah untuk menjelaskan:

A. Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Plastik Gondik Kesamben

Dari hasil uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa harga secara parsial ada pengaruh dan signifikan antara harga terhadap minat beli konsumen di Toko Plastik Gondik Kesamben Blitar. Dari hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $-2,023 > 1,993$ dan $sig\ 0,047 < 0,05$, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak.

Dari hasil pengolahan data yang telah peneliti lakukan, dapat diketahui bahwa harga secara parsial berpengaruh negatif secara signifikan terhadap minat beli di toko Plastik Gondik Kesamben.

Dari fakta penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa harga merupakan faktor utama yang tidak dapat dipisahkan dalam minat beli konsumen di toko Plastik Gondik

Kesamben, karena besar kecilnya harga yang ditawarkan akan berpengaruh terhadap meningkatnya minat beli konsumen. Semakin tinggi harga yang ditetapkan, maka semakin rendah minat pembelian yang akan diberikan. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah harga yang ditetapkan, semakin tinggi minat beli ulang yang akan diberikan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan peneliti Djakaria “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, dan Suasana Toko terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Asia Fashion.”⁷¹ Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan jenis penelitiannya studi kasus. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuisioner. Dalam penelitiannya dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, harga, promosi dan suasana toko berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan teori dari Phillip Kotler dan Gary Amstrong yang mengatakan bahwa harga yang diberikan kepada konsumen tentu akan sangat mempengaruhi tingkat pembelian ulang konsumen, semakin cocok harga yang diberikan dengan produk maupun pelayanan yang diberikan maka konsumen juga akan selalu ingin kembali ke lokasi usaha. Penetapan harga jual ditentukan berdasarkan berapa besar nilai produk atau manfaat yang dapat diterima konsumen, elastisitas harga akan mempengaruhi naik turunnya sebuah produk, hal tersebut terjadi karena adanya perubahan permintaan konsumen.⁷²

⁷¹https://repository.usd.ac.id/12224/2/132214074_full.pdf(diakses pada tanggal 10 Juli 2019 pukul 19.00 WIB)

⁷²Phillip Kotler dan Gary Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran.....*, hlm. 278.

B. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Plastik Gondik Kesamben Blitar

Dari hasil uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan secara parsial ada pengaruh dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen di Toko Plastik Gondik Kesamben Blitar. Dari hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $1,998 > 1,993$ dan $sig\ 0,46 < 0,05$, maka H_2 diterima dan H_0 ditolak.

Peneliti Rasyadi (Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis FISIP Universitas Riau) Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Konsumen Mobil Mitsubishi Tipe Pajero (Studi Kasus Dealer Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru).⁷³

Dilihat dari penelitian terhadap pelayanan yang dilakukan Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru yang meliputi bukti fisik (tangible), keandalan (reability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (emphaty) relatif baik. Namun Baik disini diartikan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru telah dirasakan baik oleh konsumen dalam pembelian mobil Mitsubhishi tipe Pajero yang ditawarkan Dealer Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru.

⁷³Ilham Rasyadi, "*Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Konsumen Mobil Mitsubishi Tipe Pajero (Studi Kasus Dealer Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru)*", Universitas Riau, 2017

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan teori dari Rusydi Abubakar yang mengatakan bahwa promosi yang jitu pada akhirnya akan menghasilkan naiknya tingkat penjualan. Hal ini didasarkan pada anggapan bahwa konsumen yang membeli berdasarkan kebiasaan, biasanya tidak begitu mengingat apa-apa yang akan dibelinya. Keinginan untuk membeli produk sering muncul ketika konsumen diingatkan melalui atau dengan cara melihat produk itu di toko.⁷⁴

C. Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Plastik Gondik Kesamben

Dari hasil uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa promosi secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen di Toko Plastik Gondik Kesamben Blitar. Dari hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,354 > 1,993$ dan $sig\ 0,021 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_3 diterima.

Dari hasil pengolahan data yang telah peneliti lakukan, maka dapat diketahui bahwa promosi secara parsial berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat beli di toko plastik Kesamben.

Kegiatan promosi itu dapat ditujukan untuk memberitahu pasar yang dituju tentang penawaran suatu perusahaan.⁷⁵ Dari fakta penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan faktor yang mempunyai pengaruh besar

⁷⁴Rusydi Abubakar, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm. 50.

⁷⁵Phillip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga), hlm. 98.

dalam pengambilan minat beli konsumen di toko plastik Gondik Kesamben Semakin menarik dan meluasnya promosi yang ditawarkan pada calon konsumen. akan berpengaruh terhadap meningkatnya rasa keingintahuan terhadap produk *plastik* dan meningkatkan minat beli konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian harga berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Peneliti Djakaria “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, dan Suasana Toko terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Asia Fashion. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan jenis penelitiannya studi kasus. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuisioner. Dalam penelitiannya dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, harga, promosi dan suasana toko berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian.⁷⁶

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan teori dari Rusydi Abubakar yang mengatakan bahwa promosi yang jitu pada akhirnya akan menghasilkan naiknya tingkat penjualan. Hal ini didasarkan pada anggapan bahwa konsumen yang membeli berdasarkan kebiasaan, biasanya tidak begitu mengingat apa-apa yang akan dibelinya. Keinginan untuk membeli produk sering muncul ketika konsumen diingatkan melalui atau dengan cara melihat produk itu di toko.⁷⁷

⁷⁶https://repository.usd.ac.id/12224/2/132214074_full.pdf(di akses pada tanggal 10 Juli 2019 pukul 19.00 WIB)

⁷⁷Rusydi Abubakar, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm. 50.

D. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen di Toko plastik Gondik Kesamben Blitar

Dari hasil pengolahan data yang telah peneliti lakukan, maka dapat diketahui bahwa ada pengaruh secara simultan antara harga, kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat beli konsumen di toko plastik gondik Kesamben.

Berdasarkan hasil penelitian ini, harga, kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen di toko plastik gondik Kesamben. Yang berarti, bahwa semakin tinggi nilai harga, kualitas pelayanan dan promosi maka akan menimbulkan daya tarik konsumen untuk membeli suatu produk. Dimana perusahaan yang memiliki strategi dalam menetapkan harga terbaik, pelayanan terbaik dan promosi penjualan yang diharapkan konsumen akan menciptakan minat beli ulang konsumen.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Intan (Universitas Sanata Dharma Yogyakarta) Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Buah Carica di Daerah Wonosobo.⁷⁸ menjelaskan bahwa kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Buah Carica di Daerah Wonosobo. Adapun persamaan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian yaitu penelitian kuantitatif, objek penelitian yaitu buah carica serta variabel yang digunakan adalah harga, promosi dan minat beli.

⁷⁸https://repository.usd.ac.id/31904/2/142214024_full.pdf di akses pada tanggal 12 Juli 2019 pukul : 19.00 WIB