

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah, temuan, serta pembahasan yang telah disebutkan, maka kesimpulan yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen kerupuk rambak UD.Intan Jaya. Kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam minat beli kerupuk rambak UD.Intan Jaya, karena besar kecilnya nilai signifikan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap meningkat tidaknya minat beli konsumen.
2. Terdapat pengaruh dan signifikan antara kualitas produk terhadap minat beli konsumen kerupuk rambak UD.Intan Jaya. Karena Kualitas produk menjadi hal yang utama bagi UD.Intan Jaya dan semakin meningkatkan kualitas produknya semakin tinggi pula minat beli konsumen. Maka dari itu kualitas produk menjadi dominan dan dapat meningkatkan minat beli Kerupuk rambak UD.Intan Jaya .
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Bauran Pemasaran terhadap minat beli konsumen kerupuk rambak UD.Intan Jaya. Karena pemasaran yang dilakukan UD.Intan Jaya sangatlah luas melalui *Offline* maupun *Online* melalui sosial media seperti: *Instagram*, *Facebook*,

Whatsap, Grabfood, dan Tokopedia. Dengan pemasaran yang jangkauannya luas ini dapat menarik minat beli konsumen untuk membeli produk kerupuk rambak UD.Intan Jaya meningkat.

4. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan, antara semua variabel independen yakni kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2) dan bauran pemasaran (X3) berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap minat beli (Y). Dengan ada pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan bauran pemasaran terhadap minat beli konsumen UD.intan Jaya merasa senang terhadap kualitas pelayanan, kualitas produk dan bauran pemasaran. Dengan pelayanan yang sopan dan memberikan rasa aman, memberikan perhatian yang lebih kepada konsumen, kualitas produk yang berkualitas dan rasa yang lezat sesuai dengan konsumen serta jangkauan pemasaran yang luas dapat menambah minat beli konsumen home industri kerupuk rambak Intan Jaya.

B. Saran

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka saran yang dapat dikemukakan untuk hasil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mampu memberikan manfaat serta menjadi bahan referensi dan dokumen bagi pihak institusi pendidikan sebagai acuan penelitian maupun menyelesaikan tugas yang akan datang

khususnya terkait kualitas pelayanan, kualitas produk dan bauran pemasaran terhadap minat beli konsumen. Namun, bagi pihak akademisi penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan dalam hal kajian maupun teori-teori yang mendukung penelitian, sehingga perlu adanya penelitian lanjut yang mendalam agar hasil yang diberikan bisa sesuai dengan kondisi yang sesungguhnya.

2. Bagi UD.Intan Jaya

Bagi para perusahaan yang bergerak di bidang industri makanan khususnya UD.Intan Jaya, diharapkan peneliti mampu menjadi referensi untuk manajemen UD.Intan Jaya kedepannya. Pihak UD.Intan Jaya harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen lebih nyaman berbelanja di outlet-outlet kerupuk rambak UD.Intan Jaya dan juga puas dengan produk yang dibeli konsumen. Hal ini bisa dilakukan dengan cara memberikan pelatihan serta sosialisasi kepada pegawai akan pentingnya memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas kepada minat beli konsumen.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dalam penelitian ini, masih banyak kekurangan serta keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti, sehingga perlu adanya penelitian-penelitian lebih lanjut dan mendalam terkait permasalahan ini. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya agar menggunakan variabel yang lebih mengetahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap minat pengunjung khususnya pada Home Industri Kerupuk Rambak UD.Intan Jaya. Selain itu juga,

diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk menggunakan sampel yang lebih banyak serta rentang waktu cukup panjang agar dapat diperoleh hasil yang lebih akurat.