

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang didapatkan setelah diolah kembali, maka hasil penelitian tentang pengaruh diferensiasi produk, *store atmosphere* dan lokasi terhadap minat beli konsumen pada Donat Madu Pangkalpinang, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Berdasarkan jawaban responden pada setiap pertanyaan indikator, diferensiasi produk menunjukkan nilai rata-rata dengan nilai sebesar 4,03 (tinggi), *store atmosphere* menunjukkan nilai rata-rata dengan nilai sebesar 4,06 (tinggi), lokasi menunjukkan nilai rata-rata dengan nilai sebesar 4,05 (tinggi) dan minat beli konsumen menunjukkan nilai rata-rata dengan nilai sebesar 3,92 (tinggi).
- b. Diferensiasi produk mempunyai pengaruh yang signifikan dan signifikan terhadap minat beli konsumen, dimana t_{hitung} untuk X_1 sebesar 2,817 lebih besar dari t_{tabel} 1,9684 dengan signifikansi sebesar 0,005 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Variabel diferensiasi produk mempunyai peran yang penting terhadap minat beli konsumen pada Donat Madu Pangkalpinang. t_{hitung} untuk X_2 sebesar 3,488 lebih besar dari t_{tabel} 1,9684 dengan signifikansi sebesar 0,005 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Variabel *store atmosphere* mempunyai peran yang penting terhadap minat beli konsumen pada Donat Madu Pangkalpinang.
- c. *Store atmosphere* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen, dimana t_{hitung} untuk X_2 sebesar 3,488 lebih besar dari t_{tabel} 1,9684 dengan signifikansi sebesar 0,005 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Variabel lokasi mempunyai peran yang penting terhadap minat beli konsumen pada Donat Madu Pangkalpinang.

t tabel 1,9684 dengan signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu 0,05. Variabel *store atmosphere* mempunyai peran yang penting terhadap minat beli konsumen pada Donat Madu Pangkalpinang.

- d. Lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, dimana t hitung untuk X_3 sebesar 3,462 lebih besar dari t tabel 1,9684 dengan signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu 0,05. Variabel lokasi mempunyai peran yang penting terhadap minat beli konsumen pada Donat Madu Pangkalpinang.
- e. Pengujian secara bersama-sama dimana F hitung sebesar 69,136 dan F tabel dengan $df_1 =$ derajat pembilangan 3 dan $df_2 =$ derajat penyebut 280 dengan taraf 5% maka didapat F tabel sebesar 2,63, berarti F hitung $>$ f tabel. Hasil $= 0,000 < 0,05$. Diferensiasi produk, *store atmosphere* dan lokasi berpengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap minat beli konsumen pada Donat Madu Pangkalpinang.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh dari hasil penelitian, maka ada beberapa saran yang penulis berikan agar dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan, yaitu antara lain:

1. Saran untuk Penelitian Lanjutan

Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan objek penelitian yang berbeda serta dengan item pertanyaan pada kuesioner yang berbeda dengan pertanyaan kuesioner penelitian lainnya. Bagi peneliti selanjutnya dapat dimanfaatkan sebagai bahan rujukan dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan diferensiasi produk, *store atmosphere*, lokasi dan minat beli konsumen.

2. Saran yang ditujukan untuk Donat Madu Pangkalpinang

- 1) Donat Madu Pangkalpinang perlu memberikan perbedaan yang berarti dibandingkan dengan produk sejenis yang dijual dipasaran, dengan demikian konsumen dapat mengenali produk Donat Madu dibandingkan produk sejenis yang ada dipasaran serta sebagai daya tarik tersendiri bagi konsumen, karena dengan adanya perbedaan suatu produk juga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen.
- 2) Donat Madu Pangkalpinang harus lebih memperhatikan kombinasi karakteristik fisik toko seperti, arsitektur, tata ruang, papan tanda dan pajangan, pewarnaan, pencahayaan, suhu udara, suara dan aroma, dimana semua itu bekerja bersama-sama untuk menciptakan citra perusahaan di dalam benak konsumen dan pada akhirnya dapat mempengaruhi minat beli konsumen.

- 3) Donat Madu Pangkalpinang harus lebih faktor lokasi tempat usaha agar dapat menarik minat beli konsumen, karena sebuah lokasi yang strategis akan dapat membuat konsumen lebih mudah untuk mengunjunginya, konsumen akan merasa tidak perlu mengeluarkan biaya yang lebih dan dapat berkunjung dengan mudah sesuai dengan harapan konsumen.

