

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis tentang pengaruh *influencer*, kualitas produk dan inovasi produk terhadap minat beli tas merek Jims Honey pada remaja di Kabupaten Kudus dengan jumlah responden 100 orang dan berdasarkan data dan bukti yang telah tertera di BAB sebelumnya, kesimpulannya yaitu:

1. *Influencer* berpengaruh positif terhadap minat beli tas merek Jims Honey pada remaja di Kabupaten Kudus. Hal ini dibuktikan melalui uji t di mana t hitung $2,664 > t$ tabel $1,984$ dengan signifikansinya $0,009 < 0,05$. Maka penelitian ini menguatkan penelitian Putri Rifiani, Firdaus Yuni Dharta, Oky Oxycentri yang berjudul “Pengaruh Endorse *Influencer* Fadil Jaidi Terhadap Minat Beli Konsumen”. Hasil penelitian menjelaskan jika secara signifikan variabel *endorse influencer* Fadil Jaidi berpengaruh terhadap minat beli konsumen.
2. Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap minat beli tas merek Jims Honey di Kabupaten Kudus. Hal ini dibuktikan melalui uji t di mana t hitung $5,325 > t$ tabel $1,984$ dengan signifikansinya $0,000 < 0,05$. Maka penelitian ini menguatkan penelitian Afif Ghaffar Ramadhan dan Suryono Budi Santosa yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada Sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening”. Hasil uji menjelaskan bahwa minat beli konsumen juga dipengaruhi oleh adanya kualitas produk.
3. Inovasi produk berpengaruh positif terhadap minat beli tas merek Jims Honey di Kabupaten Kudus. Hal ini dibuktikan melalui uji t di mana t hitung $4,291 > t$ tabel $1,984$ dengan signifikansinya $0,000 < 0,05$. Maka penelitian ini menguatkan penelitian Abdul Gafur Labantu, Willem J.F.A Tumbuan, dan Jane Poluan. Yang berjudul “Pengaruh Strategi Promosi, Proses, Dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Pelanggan Bonbon Factory Manado” menunjukkan bahwa dari hasil pengujian yang dilakukan, dimensi inovasi produk berpengaruh positif terhadap minat beli.
4. Terdapat pengaruh antara *influencer*, kualitas produk dan inovasi produk terhadap minat beli tas merek Jims Honey pada remaja di Kabupaten Kudus. Dibuktikan dengan uji F dimana diperoleh nilai F hitung $78,942 > F$ tabel $2,699$ dan nilai signifikansinya

$0,000 < 0,05$. Hasil tersebut menjelaskan jika secara serentak (simultan) variabel *influencer*, kualitas produk dan Inovasi Produk berpengaruh terhadap minat beli tas merek Jims Honey pada remaja di Kabupaten Kudus. Maka H4 “di duga Terdapat pengaruh signifikan dan positif *influencer*, kualitas produk dan inovasi produk terhadap minat beli tas merek Jims Honey pada remaja di Kabupaten Kudus” diterima.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Variabel penelitian yang hanya berfokus terhadap pemasaran.
2. Terbatasnya waktu, dan tenaga sehingga membutuhkan waktu yang lama dalam pengerjaan.

C. Saran

Karya tulis ilmiah selanjutnya diharapkan mampu meneliti variabel lainnya yang sehubungan dengan minat beli untuk memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang faktor apa saja yang berpengaruh terhadap minat beli selain *influencer*, kualitas produk dan inovasi produk.

D. Penutup

Hamdalah, puji syukur kepada Allah SWT dengan limpahan kenikmatan yang diberikan sehingga penelitian ini bisa terselesaikan. Tugas akhir ini ini disusun dengan tahap ilmiah sesuai dengan ketentuan yang sudah ada. Akan tetapi, peneliti juga menyadari masih ada banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini , untuk itu kritik dan masukan yang membangun diharapkan. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi pihak manapun, Aamiin.