

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai analisis “Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada Outlet Rabbani Jepara” dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Model diuji berdasarkan data kuisioner yang dikumpulkan dari 100 orang responden. Hasil dari regresi linier berganda yang diperoleh dari analisis data yaitu minat beli $(Y) = 0,515 + CM (-0,085) + H 0,594 + KP 0,596$
2. Nilai R^2 sebesar 0,763 atau 76,3%, artinya besarnya pengaruh citra merek harga dan kualitas produk terhadap minat beli sebesar 0,763 atau 76,3%. Sedangkan sisanya 23,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.
3. Dari hasil Uji T menunjukkan bahwa citra merek secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada outlet Rabbani Cabang Jepara.
4. Dari hasil Uji T menunjukkan bahwa harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada outlet Rabbani Cabang Jepara.
5. Dari hasil Uji T menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada outlet Rabbani Cabang Jepara.
6. Dari Uji F dapat dijelaskan bahwa citra merek, harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli hal ini karena nilai F hitung sebesar 102,909 dengan nilai signifikansi 0,000. nilai F hitung $>$ F tabel yaitu nilai signifikansi adalah 0,000 atau $<$ 0,05, F hitung $>$ F tabel artinya variabel citra merek, harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel minat beli.

B. Saran

Berdasarkan analisa data dan pembahasan pada bab sebelumnya maka saran yang dapat disampaikan antara lain :

- 1) Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dan bahan masukan untuk menambah wawasan.
- 2) Bagi penelitian selanjutnya diharapkan untuk menambah variabel lain seperti promosi, inovasi produk, kualitas pelayanan, dll. agar dapat menyempurnakan penelitian ini kedepannya.

- 3) Bagi perusahaan diharapkan dapat melakukan pemantauan harga dengan pesaing agar harga yang diberikan sesuai dengan kualitas yang diberikan dan harga tersebut tidak terlalu mahal jika dibandingkan dengan kompetitor, dan terjangkau untuk konsumen.
- 4) Bagi perusahaan dapat terus meningkatkan kualitas produk. Produk dengan kualitas yang baik dan konsisten dari tahun ke tahun dapat menjadikan suatu perusahaan terus bertahan lama melawan persaingan bisnis. Perusahaan harus terus meningkatkan kualitas produk karena kualitas produk menjadi hal yang paling mempengaruhi minat beli.

