

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian mengenai Minat Konsumsi Air Mineral KhQ Ditinjau Dari *Islamic Branding*, Harga, Dan Kualitas Produk Pada Lembaga Pendidikan Islam Di Desa Kuryokalangan diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. *Islamic Branding* menunjukkan bahwa secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumsi air mineral KhQ. Nilai signifikansi $0,037 < 0,05$ dengan nilai $t_{hitung} 2,112 > t_{table} 1,984$ dan nilai koefisien regresi sebesar 0,313. Hal tersebut diperkuat dengan salah satu indikator dari variabel *Islamic Branding*. Yaitu *Islamic Brand by Origin* (berasal dari negara dengan mayoritas penduduk muslim).
2. Kualitas Produk menunjukkan bahwa secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumsi air mineral KhQ. Nilai signifikansi $0,040 < 0,05$ dengan nilai $t_{hitung} 2,084 > t_{table} 1,984$ dan nilai koefisien determinasi sebesar 0,189. Hal tersebut diperkuat dengan salah satu indikator dari variabel kualitas produk. Yaitu Kesesuaian (tingkat kesesuaian yang telah ditetapkan dalam spesifikasi sebelumnya).
3. Harga menunjukkan bahwa secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumsi air mineral KhQ. Nilai signifikansi $0,023 < 0,05$ dengan nilai $t_{hitung} 2,307 > t_{table} 1,984$ dan nilai koefisien determinasi sebesar 0,255. Hal tersebut diperkuat dengan salah satu indikator dari variabel harga. Yaitu harga sesuai dengan manfaat produk.

4. Islamic branding, kualitas produk, dan harga secara simultan berpengaruh terhadap minat beli air mineral KhQ. Nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai F hitung $8,8847 >$ nilai F tabel 2,70.

B. Keterbatasan penelitian

Berdasarkan analisis data serta hasil penelitian yang telah peneliti sampaikan, saran-saran yang diberikan peneliti adalah:

1. Variabel *Islamic Branding*, kualitas produk, dan harga sebagai variabel independen hanya dapat mempengaruhi variabel dependen sebesar 21,7%, sehingga sisanya lebih banyak dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya.
2. Responden dalam penelitian ini hanya sebagian kecil dari konsumen yang pernah mengonsumsi air mineral KhQ di Lembaga Pendidikan Islam di Kuryokalangan. Maka penelitian ini hasilnya belum bisa maksimal.

C. Saran

Saran yang dapat penulis kemukakan sehubungan dengan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan adalah

1. Bagi Perusahaan Air Mineral Khq
 - a. Menambah alat dan tempat produksi agar masyarakat bisa mengonsumsi air mineral dari produk lokal.
 - b. Meningkatkan kualitas produk dengan cara menambah kandungan air mineral KhQ. Tidak hanya untuk melepas dahaga dan dibacakan ayat suci Al Quran saja. Melainkan dapat ditambah misalnya bisa untuk terapi kesehatan.
 - c. Air mineral KhQ selain air mineral yang dibacakan Khataman Quran, lebih baik lagi jika air mineral tersebut memiliki manfaat lebih. Misalnya kandungan air mineral dapat menyembuhkan penyakit dalam ataupun

menjadi air mineral untuk terapi kesehatan. Dan harganya bisa disesuaikan dengan manfaat dari air tersebut.

2. Bagi peneliti selanjutnya
 - a. Populasi pada penelitian ini ditambah, dengan cara menyebar kuesioner di seluruh lembaga pendidikan islam yang ada di desa Kuryokalangan sehingga hasil yang diperoleh bisa lebih maksimal.
 - b. Penggunaan sampel yang lebih luas juga memperbesar peluang untuk memperoleh cakupan hasil penelitian lebih besar.
 - c. Penambahan variabel dan penggunaan metode penelitian yang berbeda untuk hasil yang lebih baik.

