

## BAB V PENUTUP

### A. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Diferensiasi Produk, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli. Berdasarkan hasil penelitian dan atas dasar hasil pengujian hipotesis maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada Batik Mlatiharjan Demak. Hal ini di dukung oleh koefisien regresi diferensiasi produk (X1) sebesar 1.046 dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $5.916 > 1.669$ ), dan hasil signifikansi ( $0.000 < 0.10$ ). maka H1 diterima.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada Batik Mlatiharjan Demak. Hal ini didukung oleh koefisien regresi harga (X2) sebesar 0.313 dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $3.368 > 1.669$ ), dan hasil signifikansi ( $0.001 < 0.10$ ). maka H2 diterima.
3. Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Batik Mlatiharjan Demak. Hal ini di dukung oleh koefisien regresi kualitas produk (X3) sebesar -0,488 dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  ( $-2.462 < 1.669$ ), dan hasil signifikansi ( $0.017 > 0.10$ ). maka H3 ditolak.
4. Diferensiasi produk (X1), harga (X2), dan kualitas produk (X3) secara bersama-sama mempengaruhi minat beli konsumen pada Batik Mlatiharjan Demak. Hal ini di dukung oleh nilai  $f_{hitung}$  lebih besar dari  $f_{tabel}$  ( $65.286 > 2.17$ ), dan nilai signifikansi ( $0.000 < 0.10$ ). maka H4 diterima.

### B. Saran-saran

Berdasarkan hasil dari penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan, penulis menyampaikan saran yang dapat memberikan kontribusi kepada pihak-pihak yang terlibat atas hasil penelitian ini. Adapun saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Batik Mlatiharjan Demak diharapkan agar lebih meningkatkan diferensiasi produk, harga dan kualitas produk sehingga dapat diharapkan konsumen akan selalu berminat unuk membeli produk-produknya.

2. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya menggunakan variabel-variabel lainnya yang dapat mempengaruhi minat beli dalam menggunakan suatu produk tertentu karena masih banyak variabel yang berpengaruh terhadap minat beli.

