

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diatas dan pembahasan pada bab – bab sebelumnya, maka dalam bab ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Besarnya variabel harga berpengaruh terhadap minat beli adalah secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hal ini menunjukkan bahwa harga menjadi faktor utama untuk pilihan konsumen, maka meningkatkan pula pengaruh minat beli konsumen untuk berbelanja di Pasar Sidomoro Gresik.
2. Variabel kualitas produk tidak mempengaruhi secara parsial dan tidak signifikan terhadap minat beli, Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen untuk berbelanja di Pasar Sidomoro Gesik.
3. Pengaruh harga dan kualitas produk secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada Pasar Sidomoro Gresik. harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli di Pasar Sidomoro Gresik. artinya bahwa variabel minat beli dipengaruhi oleh variabel harga dan kualitas produk.

5.2. Keterbatasan dan Saran

5.2.1. Keterbatasan

Penelitian ini tidak luput dari keterbatasan, diantaranya yaitu jumlah variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini masih terbatas, sehingga dapat

ditambah lagi untuk dengan variabel – variabel lain yang dapat mempengaruhi minat beli di Pasar Sidomoro Gresik.

5.2.2. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka saran yang dapat di ajukan adalah sebagai berikut:

1. Mengingat harga memiliki pengaruh signifikan maka variabel harga harus dipertahankan dan ditingkatkan dengan cara memberikan harga yang terjangkau kepada pembeli dan kualitas yang baik agar konsumen kembali untuk membeli produk di Pasar Sidomoro Gresik.
2. Terkait dengan kualitas produk yang tidak berpengaruh secara signifikan maka harus diperhatikan dengan solusi untuk kualitas produk dengan cara memperbaiki produk yang dijual dan menyediakan ragam produk lebih lengkap agar dapat menjadi referensi bagi konsumen dan menarik minat beli di Pasar Sidomoro Gresik.
3. Bagi peneliti selanjutnya, maka peneliti memberikan saran untuk menggunakan variabel-variabel yang lain untuk mengetahui informasi pengaruh yang lebih lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli Pasar Sidomoro Gresik. untuk mengetahui pengaruh faktor lain misalnya lokasi, promosi, kenyamanan berbelanja, kebersihan tempat yang dapat mempengaruhi minat beli Pasar Sidomoro Gresik. Dan metode pengambilan sampel dapat ditambah dengan metode lain untuk mendapatkan data yang lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldaan Faikar Annafik, 2012, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha* (Studi Kasus pada Konsumen Yamaha SS Cabang Kedungmundu Semarang). Jurnal diterbitkan. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Berman, Barry & Evans, Joel R. (2010). *Retail Management (11th ed.)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Belch, George E. 2004. *Advertising and Promotion, An Integrated Marketing Communications Perspective*, sixth edition. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Citra Faizah Putri Yunda. (2014). *Analisis pengaruh lokasi, persepsi harga, dan produk terhadap keputusan pembelian*. Universitas Diponegoro.
- Dynar Trizkia Putri. (2014). *Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen toko buku Togamas Buahbatu Bandung*. Universitas Widyatama.
- Fitria Anema. 2012. "Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Mobil Honda FreedDi Pekanbaru" Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Riau Pekanbaru.
- Fitri Ramadhan. 2016. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Word Of Mouth Communication Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Cv. Cahaya Jati Sukarame Bandar Lampung". universitas bandar lampung
- Ghozali, Imam, 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, BP-Undip, Semarang.
- Hetty Sri Wardani 2015 "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Muslim Pada Jaizah *Boutique* Tlogosari Semarang"
- Kantor UPTD Pasar Sidomoro Gresik, Tahun 2016.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jilid Satu, Edisi Keduabelas, Cetakan Ketiga. Penerbit Indeks.

- Levi and Weitz. 2012. *Retailing Management, 4th edition*. New York: Mc Graw Hill..
- McCharty, EJerome, W. (2002). *Dasar-dasar Pemasaran 5th edition*. Jakarta:Erlangga.
- Munir Fuady. 2005. *pengantar bisnis*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung
- Natalia. (2010). *Analisis Faktor Persepsi Harga yang Mempengaruhi Minat Konsumen untuk Berbelanja pada Giant Hypermarket Bekasi*.Mohd Fazli Mohd Sam and Md Nor Hayati Tahir (2010). Menunjukkan bahwakualitas produk dan promosi berpengaruh terhadap niat beli ulangkonsumen. Fakultas Ekonomi Univesitas Islam Indonesia.
- Ni Luh Julianti, Made Nuridja dan Made Ary Meitriana.2014."Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toserba Nusa Permai di Kecamatan Nusa Penida"Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan GaneshaSingaraja, Indonesia.Vol: 4 No: 1 Tahun: 2014
- Perengki Susanto dan Nella Rahmi, 2013. "Pengaruh Diferensiasi Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Fixiedi Kota Padang".Fakultas Ekonomi Universitas Negri Padang.
- Pradipta Kumara Aditya.2015."Pengaruh Harga Dan *Store Atmosphere* Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pasar Tradisional Caringin Bandung" Program Studi Manajemen Pada Fakultas Bisnis Dan Manajemen Universitas Widyatama Bandung.
- Priyatno, Dwi,2008.Mandiri Belajar SPSS.Yogyakarta,Mediakom.
- Rachman Sheiva Nugraha. 2014. *Pengaruh Kebijakan Produk dan Kebijakan Harga terhadap Minat Beli Kacamata pada Toko IIT Optikal Bandung*.
- Rahman, Rizet Taufiqur. 2013. "Redesain Pasar Piji Kabupaten Kudus sebagai ModelPasar Tradisional dengan Konsep Modern".
- Ricky Liangan 2014 "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Elektronik di Toko Sinar Mutiara Kota Gorontalo"
- Roanda Tampubulon 2014 "Anlisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Pada Minat Beli Konsumen Tupperwer Di Kota payakumbuh"
- Santoso, Singgih. 2009. *Panduan Lengkap Menguasai Statistik Dengan SPSS 17*.
- Sarwono,Jonathan.2012. *Path Analysis dengan SPSS*, Penerbit PT Elex Media Komputindo.

- Septhani Rebeka Larosa. (2011). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Warung Makan Simpang Lima Semarang*
- Sukandarrumidi. (2004). *Metode Penelitian Petunjuk Praktis untuk Penelitian Pemula*. Yogyakarta: Gadjah Mada Yogyakarta Press.
- Sulistiyari, I.N. 2012. Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Oriflame. *Universitas Diponegoro*.
- Stanton, William, J., 2007. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid Ketujuh, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung: Alfabeta.
- _____. 2010, *Statistika Untuk Penelitian Bisnis*, Bandung. Alfabeta
- Swastha, Basu DH. 2010. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: Penerbit BPFE
- Swastha, Irawan. (2009). *Manajemen Pemasaran Modern, Edisi Kedua*. Yogyakarta: Liberty.
- Swasta, Basu dan T Hani Handoko. 2012. *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- William, J. Stanton. (2004), prinsip-prinsip manajemen pemasaran, penerbit Erlangga, Jakarta.
- Yohana F, Cahya Palupi & Sahat Simanjutak. (2012). *Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Makanan dan Minuman Usaha Kecil Menengah Kabupaten Tangerang*.