

**BAB V**  
**KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

**5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan SMART PLS, maka pengujian hubungan antar variabel-variabel diperoleh hasil sebagai berikut

1. Variable *Variety Seeking* (X) mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap Minat beli (Y) Pelanggan PT. Permana Sidat Indonesia. Karena nilai original *sample estimate* LS adalah sebesar 0,513 dengan signifikansi dibawah 5% yang ditunjukkan dengan nilai t- statistik 3,583 lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 3,078. Nilai original *sample estimate* positif mengindikasikan bahwa *Variety Seeking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Hasil ini bermakna bahwa semakin tinggi tingkat nilai variasi produk maka semakin meningkat pula peminat untuk membeli sebuah inovasi atau variasi produk terbaru tersebut. Tingkat variasi produk yang rendah akan secara otomatis tingkat peminat untuk membeli juga rendah karena produk tersebut sudah terlihat biasa saja tidak ada variasi dan inovasi produknya
2. Variable *Variety Seeking* (X) mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap *Service Quality* (Z). karena nilai original *sample estimate* LS adalah sebesar 0,627 dengan signifikansi dibawah 5% yang ditunjukkan dengan nilai t- statistik 7,129 lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 3,078. Nilai original *sample estimate* positif mengindikasikan bahwa *Variety Seeking* berpengaruh positif dan signifikan

terhadap *Service Quality*. Hasil ini bermakna bahwa semakin tinggi tingkat nilai variasi produk maka semakin meningkat pula kualitas pelayan yang diberikan. Tingkat variasi produk yang rendah akan secara otomatis tingkat pelayanan untuk menjelaskan inovasi produk juga rendah karena produk tersebut sudah terlihat biasa saja tidak ada variasi dan inovasi produknya.

3. Variable *Service Quality* (Z) berpengaruh pengaruh yang cukup besar terhadap Minat beli (Y) Pelanggan PT. Permana Sidat Indonesia. Karena nilai original *sample estimate* LS adalah sebesar 0,495 dengan signifikansi dibawah 5% yang ditunjukkan dengan nilai t- statistik 3,505 lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 3,078. Nilai original *sample estimate* positif mengindikasikan bahwa *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Hasil ini bermakna bahwa semakin tinggi tingkat nilai pelayanan yang berkualitas maka semakin meningkat pula peminat untuk membeli produk. Tingkat penilaian pelayanan yang rendah akan secara otomatis peminat untuk membeli produk juga sangat rendah karena konsumen tidak tertarik pada produk tersebut.
4. Variable *Variety Seeking* (X) pengaruh yang cukup besar terhadap Minat beli (Y) pelanggan secara tidak langsung melalui variable *Service Quality* (Z) sebagai variable moderasi. Karena nilai original *sample estimate* LS adalah sebesar 0,310 dengan signifikansi dibawah 5% yang ditunjukkan dengan nilai t- statistik 2,700 kurang dari nilai t-tabel sebesar 3,078. Nilai original *sample estimate* positif mengindikasikan bahwa *Variety Seeking* berpengaruh positif terhadap Minat Beli secara tidak langsung melalui *variable Service Quality*. Hasil tersebut

menunjukkan bahwa terjadi aktifitas pencarian layanan berkualitas pada produk ikan sidat. Aktifitas pencarian layanan berkualitas yang tertinggi dalam pernyataan responden adalah dalam hal mencari reputasi yang baik terhadap produk dan *credibilitas* produk ikan sidat yang banyak dicari informasinya oleh konsumen. Dalam situasi persaingan industri perikanan yang ketat saat ini hal tersebut adalah kegiatan yang paling mudah di stimuli dan dilakukan oleh konsumen.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil analisis, pembahasan dan kesimpulan penelitian, maka rekomendasi dari peneliti dapat diberikan sebagai berikut:

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Variety Seeking* ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Pelanggan pada PT. Permana Sidat Indonesia. Hal ini berarti bahwa *variable* berpengaruh Positif pada Minat beli pelanggan. Pengaruh Positif tersebut menandakan bahwa semakin tinggi bahwa *Variety Seeking* maka akan semakin tinggi pula Minat Beli Pelanggan pada PT. Permana Sidat Indonesia.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Variety Seeking* ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap *Service Quality* pada PT. Permana Sidat Indonesia. Hal ini berarti bahwa *variable* berpengaruh Positif pada *Service Quality*. Pengaruh Positif tersebut menandakan bahwa semakin tinggi bahwa *Variety Seeking* maka akan semakin tinggi pula *Service Quality* pada PT. Permana Sidat Indonesia.

3. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Pelanggan pada PT. Permana Sidat Indonesia. Hal ini berarti bahwa *variable* berpengaruh positif pada Minat beli pelanggan. Pengaruh positif tersebut menandakan bahwa semakin tinggi bahwa *Service Quality* maka akan semakin tinggi pula Minat Beli Pelanggan pada PT. Permana Sidat Indonesia.
4. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Variety Seeking* berpengaruh positif terhadap Minat beli pelanggan secara tidak langsung melalui *variable Service Quality* sebagai *variable* moderasi. Hal ini berarti *Service Quality* memperkuat pengaruh *variable Variety Seeking* terhadap Minat Beli secara tidak langsung karena nilainya lebih besar daripada *Variety seeking* secara langsung terhadap Minat beli. Disinilah *variable Service Quality* menjadi *variable* moderasi yang memperkuat kedua hubungan *variable* dependen dan *variable* independent.

Berdasarkan tanggapan responden mengenai *variable* bahwa memberikan pengaruh terbesar. Oleh karena itu perusahaan harus memberikan inovasi pemasaran dan sebaiknya manajemen mengatur ulang strategi pemasaran atau memperbaiki lebih baik lagi.

### **5.2.1 Bagi Peneliti Selanjutnya**

Bagi Peneliti selanjutnya hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti sebelumnya dengan memperbanyak *variable* – variabelnya dan menggunakan teknik analisis yang berbeda.