

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan pengujian dan analisis hipotesis yang sudah dilakukan, dari pemaparan tersebut, diperoleh Kesimpulan sebagai berikut :

1. Ada pengaruh Harga terhadap Minat Beli konsumen pada UMKM Warung Kopi Budaya Di Kota Madiun. Hasil yang diperoleh dari pengujian hipotesis pertama (H1) diterima dan variabel tersebut berpengaruh parsial dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen pada UMKM Warung Kopi Budaya Di Kota Madiun.
2. Ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli konsumen pada UMKM Warung Kopi Budaya Di Kota Madiun. Hasil yang diperoleh dari pengujian hipotesis kedua (H2) diterima dan variabel tersebut berpengaruh parsial dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen pada UMKM Warung Kopi Budaya Di Kota Madiun.
3. Ada pengaruh dari variabel Harga dan Kualitas terhadap Minat Beli konsumen pada UMKM Warung Kopi Budaya Di Kota Madiun. Hasil yang diperoleh dari pengujian hipotesis ketiga (H3) di terima dan kedua variabel tersebut berpengaruh parsial dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen pada UMKM Warung Kopi Budaya Di Kota Madiun.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada UMKM Warung Kopi Budaya di Kota Madiun, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi UMKM Warung Kopi Budaya

Warung Kopi Budaya diharapkan dapat mempertahankan kebijakan harga yang terjangkau dan sesuai dengan daya beli konsumen. Penetapan harga yang kompetitif perlu terus dilakukan agar mampu bersaing dengan usaha sejenis di Kota Madiun. Dan Warung Kopi Budaya tenda bagi kosumen supaya bila terjadi hujan konsumen tidak khawatir. Pengelola dapat melakukan inovasi produk secara berkala, seperti menambahkan variasi menu kopi maupun minuman lainnya yang sesuai dengan selera konsumen, sehingga mampu meningkatkan minat beli dan menarik konsumen baru.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang diduga memengaruhi minat beli konsumen, seperti kualitas pelayanan, promosi, lokasi usaha, citra merek, suasana tempat (*store atmosphere*), dan kepuasan konsumen. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode penelitian yang berbeda, seperti metode kualitatif atau metode campuran (*mixed methods*), untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat beli konsumen. Penelitian selanjutnya diharapkan

dapat menggunakan jumlah sampel yang lebih besar agar hasil penelitian yang diperoleh semakin representatif dan dapat menggambarkan kondisi yang sebenarnya.

3. Bagi Konsumen

Konsumen diharapkan dapat memberikan penilaian dan masukan yang objektif terkait harga dan kualitas produk yang ditawarkan oleh Warung Kopi Budaya. Masukan tersebut dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pengelola dalam meningkatkan kualitas usaha dan memenuhi kebutuhan konsumen dengan lebih baik