

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas mengenai pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Minat beli Konsumen Kerudung Rabbani Bandung maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh Variabel Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Kerudung Rabbani ( $H_1$ )

Variabel Promosi ( $X_1$ ) tidak berpengaruh atau tidak signifikan terhadap minat beli konsumen kerudung rabbani hal ini bisa di lihat dari signifikan Promosi ( $X_1$ ) ,726>0,05.

Nilai  $t_{tabel}$  di peroleh dari ( $\alpha/2=0,05/2=0,025$ ) dan hasil ( $df=n-k-1= 96 -4- 1=91$ ). Diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,985. Hasil yang didapat pada tabel diatas  $t_{hitung}$  Promosi ( $X_1$ ) lebih kecil dari  $t_{tabel}$  sebesar ( $,352<1,985$ ) tidak terdapat pengaruh variabel Promosi ( $X_1$ ) terhadap minat beli konsumen kerudung rabbani ( $Y$ ) secara parsial.

2. Pengaruh Variabel Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Kerudung Rabbani ( $H_2$ )

Variabel Harga ( $X_2$ ) terdapat pengaruh atau signifikan terhadap minat beli konsumen kerudung rabbani. Hal ini bisa dilihat dari signifikansi variabel harga ( $X_2$ ) ,000<0,05.

Nilai  $t_{\text{tabel}}$  di peroleh dari ( $\alpha/2=0,05/2=0,025$ ) dan hasil ( $df=n-k-1= 96-4-1=91$ ). Diperoleh  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,985. Hasil yang didapat pada tabel diatas  $t_{\text{hitung}}$  Harga lebih besar dari  $t_{\text{tabel}}$  (sebesar 3,471>1,985) terdapat pengaruh variabel harga ( $X_2$ ) terhadap minat beli konsumen kerudung rabbani ( $Y$ ) secara parsial.

3. Pengaruh Variabel Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Kerudung Rabbani ( $H_3$ )

Variabel Kualitas Produk ( $X_3$ ) terdapat pengaruh atau signifikan terhadap minat beli konsumen kerudung rabbani, Hal ini bisa di lihat dari signifikansi variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) 0,001<0,05.

Nilai  $t_{\text{tabel}}$  diperoleh dari ( $\alpha/2=0,05/2=0,025$ ) dan hasil( $df=n-k-1= 96-4-1=91$ ). Diperoleh  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,985. Hasil yang di

dapat pada tabel diatas  $t_{hitung}$  Kualitas Produk lebih besar dari  $t_{tabel}$  (sebesar  $3,489 > 1,985$ ) terdapat pengaruh variabel Kualitas Produk (X3) terhadap minat beli konsumen kerudung rabbani (Y) secara parsial.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak produsen Rabbani Bandung dari hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan, maka untuk menarik dan meningkatkan jumlah pembelian konsumen dilihat dari variabel – variabel yang sudah diteliti harus lebih ditingkatkan dalam strategi pemasarannya agar lebih meningkatkan omset penjualan. Khususnya variabel Promosi yang kenyataannya belum memberi pengaruh terhadap Minat Beli Konsumen sehingga akan mempengaruhi keinginan untuk membeli.

2. Bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan untuk menambah pengetahuan serta diharapkan dapat mencari variabel lain apa saja yang mempengaruhi Minat Beli Konsumen dalam membeli Kerudung Rabbani Bandung.