

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Produk (X_1) terhadap Minat Beli (Y) pada mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2019-2020 FKIP Universitas Jambi. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikasinya $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,944 > 1,657$). Maknanya secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan Promosi (X_2) terhadap Minat Beli (Y) pada mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2019-2020 FKIP Universitas Jambi. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikasinya $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,950 > 1,657$). Maknanya, apabila semakin tingginya promosi maka akan berakibat pada semakin tingginya juga minat beli dan juga sebaliknya.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Produk (X_1) dan Promosi (X_2) terhadap Minat Beli (Y) pada mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2019-2020 FKIP Universitas Jambi. Dibuktikan dengan nilai F sebesar 240,372 pada signifikansi 0,000 serta R^2 sebesar 0,669. Nilai R^2 menunjukkan bahwa variabel minat beli dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan promosi sebesar 66,9%. Maknanya, semakin tingginya kualitas produk dan promosi akan berakibat pada semakin tingginya juga minat beli pada

mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2019-2020 FKIP Universitas Jambi.

5.2 Implikasi

Implikasi dari penelitian ini berdasarkan pembahasan dan kesimpulannya adalah sebagai berikut :

1. Implikasi Teoritis

Isu utama penelitian ini adalah untuk membahas pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap minat beli pada mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2019-2020 FKIP Universitas Jambi. Menurut temuan penelitian, tampaknya mahasiswa perlu mencari tahu terlebih dahulu kualitas suatu produk karena hal itu akan memudahkan mereka untuk menemukan informasi tentang produk yang akan dibeli dan membagikannya dengan mahasiswa lain. Selain itu, mahasiswa membutuhkan promosi yang dapat membantu mereka menjadi lebih termotivasi untuk melakukan pembelian.

2. Implikasi Praktis

Temuan penelitian ini menetapkan kedua variabel yaitu kualitas produk dan promosi secara parsial dan simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli pada mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2019-2020 FKIP Universitas Jambi, ini membawa implikasi praktis berikut :

- a. Berdasarkan temuan penelitian dapat diketahui kualitas produk dan promosi dapat mempengaruhi minat beli mahasiswa.
- b. Temuan penelitian dapat memberikan pengetahuan untuk mahasiswa dalam minat beli dibutuhkan kualitas produk yang baik serta promosi yang menarik mendukung minat beli.

- c. Agar temuan dapat dibandingkan dan ditambahkan kekayaan ilmiah, temuan penelitian ini juga dapat ditingkatkan oleh peneliti lain.

5.3 Saran

Sehubungan dengan hasil penelitian yang telah didapat, maka penulis mengemukakan saran sebagai berikut :

1. Bagi mahasiswa harus memiliki informasi yang lengkap dan mendukung serta mengikuti perkembangan pasar agar lebih mengetahui kualitas produk yang ingin dibeli dan tidak hanya memahami dan juga harus mengikuti perkembangan zaman dan teknologi yang kreatif dan menarik dengan memiliki banyak keunggulan produk pakaian yang berbeda dengan produk lainnya namun juga memahami faktor lain yang juga mempengaruhi dalam minat beli.
2. Bagi peneliti selanjutnya supaya meneliti hal yang sama dengan variabel yang berbeda.