

BAB V

SIMPULAN & SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan semua hasil dari serangkaian aspek penelitian serta uji hipotesis yang telah dilakukan melalui analisis PLS (*Partial Least Square*) pada pembahasan yang terdapat di bab sebelumnya mengenai minat beli di Starbucks Margo City, maka diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Harga memiliki kontribusi dalam meningkatkan minat beli di Starbucks Margo City. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang dibuat peneliti yaitu harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli.
- b. Kualitas produk tidak memiliki kontribusi dalam meningkatkan minat beli di Starbucks Margo City. Hal ini tidak sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti yaitu kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli.
- c. Kualitas layanan memiliki kontribusi dalam meningkatkan minat beli di Starbucks Margo City. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti yaitu kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hendaknya telah dibuat berdasarkan sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan, akan tetapi apabila masih terdapat keterbatasan dalam penelitian ini, dikarenakan:

- a. Penelitian ini hanya membagikan kuesioner kepada 75 responden, maka kesimpulan yang diperoleh hanya berdasarkan dari data yang dikumpulkan melalui kuesioner.
- b. Responden dalam penelitian ini hanya mengambil responden yang merupakan pengunjung Mall Margo City yang belum pernah melakukan transaksi di Starbucks Margo City, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat dijadikan acuan untuk minat beli di gerai Starbucks wilayah tertentu.

- c. Jumlah variabel yang digunakan terbatas, hanya mencakup harga, kualitas produk, dan kualitas layanan, diharapkan peneliti selanjutnya menggunakan variabel lain di luar variabel penelitian ini guna menyempurnakan penelitian.

5.3 Saran

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

- a. Penulis memberikan saran kepada perusahaan terkait agar bisa dijadikan masukan di kemudian hari. Maka kedepannya, perusahaan diharapkan mempertahankan harga yang dapat diterima oleh konsumen, lebih meningkatkan kualitas produknya, dan mempertahankan layanannya yang prima, sehingga mampu membuat konsumen memiliki minat beli dan selanjutnya akan melakukan pembelian.
- b. Saran untuk penelitian mendatang, diharapkan agar menambahkan variabel di luar variabel bebas yang lain yang lebih bervariasi untuk mengetahui pengaruh-pengaruh variabel minat beli secara mendalam. Seperti; iklan, promosi, *brand awareness*, *word of mouth* dan lain lain.