

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Dari hasil pembahasan yang telah di uraikan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis pengaruh kualitas produk terhadap minat beli pengecer, yang diperoleh yaitu  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel, sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pengecer di PT Central Prima Sukses.
2. Berdasarkan hasil analisis pengaruh citra merek terhadap minat beli pengecer, yang diperoleh yaitu  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel, sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pengecer di PT Central Prima Sukses.
3. Berdasarkan hasil analisis pengaruh desain produk terhadap minat beli pengecer, yang diperoleh yaitu  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel, sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pengecer di PT Central Prima Sukses.
4. Berdasarkan hasil analisis pengaruh kualitas produk, citra merek, dan desain produk terhadap minat beli pengecer, yang diperoleh yaitu  $f$  hitung  $>$   $f$  tabel, sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti kualitas produk, citra merek, dan desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pengecer di PT Central Prima Sukses.

#### **5.2. Saran**

Adapun hal-hal yang disarankan sehubungan dengan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Dalam hal kualitas produk pada PT Central Prima Sukses diharapkan pelaku bisnis harus mampu menjaga kualitas produk RIA dan membuat konsumen sangat puas dengan produknya, salah satunya produk RIA yang terus berinovasi dalam produksi aneka bakso lainnya sehingga dapat terjadi pembelian kembali membangkitkan minat pengecer untuk membeli

2. Dalam hal citra merek pada PT Central Prima Sukses diharapkan pelaku bisnis dapat melakukan promosi dengan melalui media cetak seperti brosur atau billboard dan media elektronik seperti *e-commerce*, *e-mail marketing*, *video marketing* sehingga nama produk dan nama perusahaan akan lebih dikenal oleh masyarakat luas
3. Dalam hal desain produk pada PT Central Prima Sukses diharapkan pelaku bisnis dapat mengoptimalkan desain produk dengan merancang desain kemasan RIA yang lebih menarik dan tentunya juga menawarkan kemudahan, maka sebaiknya kemasan disesuaikan dengan kondisi permintaan pasar, desain kemasan yang menarik akan menjadi pilihan utama konsumen sehingga terjadinya rangsangan minat untuk membeli.
4. Di dalam penelitian ini, nilai *R square* memiliki nilai sebesar 0.390 yang berarti bahwa 39.0% kualitas produk, citra merek, dan desain produk, sedangkan sisanya 61.0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Sehingga diharapkan dalam penelitian selanjutnya untuk variabel lainnya yang kemungkinan memiliki pengaruh terhadap minat beli pengecer.