

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap minat membeli mebel di Toko Mebel Suka Jadi. Hasil dari pengujian dan pembahasan yang telah dilakukan di bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

Variabel merek, harga, dan ketersediaan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat membeli mebel di Toko Mebel Suka Jadi. Adapun kualitas dan kemasan tidak memiliki pengaruh terhadap minat membeli mebel di Toko Mebel Suka Jadi. Selain itu variabel kualitas, merek, harga, kemasan, dan ketersediaan memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap minat membeli di Toko Mebel Suka Jadi.

Variabel merek memiliki pengaruh sebesar 0.118 terhadap minat membeli di Toko Mebel Suka Jadi, harga memiliki pengaruh sebesar 0.110 terhadap minat membeli di Toko Mebel Suka Jadi, sedangkan ketersediaan memiliki pengaruh sebesar 0.594 terhadap minat membeli di Toko Mebel Suka Jadi.

Menurut hasil pengujian yang dilakukan diatas maka peneliti menemukan bahwa variabel merek, harga, dan ketersediaan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat beli, dengan demikian setiap ada kenaikan pada merek, harga, ataupun ketersediaan, maka minat beli konsumen pun akan turut naik. Sebaliknya hal yang sama berlaku jika terjadi penurunan. Untuk variabel merek, peneliti berpendapat bahwa konsumen cenderung untuk membeli produk mebel yang sesuai

dengan preferensi merek mereka masing-masing. Untuk variabel harga, peneliti berpendapat bahwa konsumen sangat memperhatikan harga sebagai suatu *prestige* tersendiri, sehingga ketika harga suatu produk naik, konsumen berpendapat bahwa produk tersebut memiliki nilai yang berbeda dibandingkan sebelum naik. Adapun untuk variabel ketersediaan, peneliti berpendapat bahwa konsumen cenderung menginginkan produk yang langsung tersedia, sehingga konsumen tidak perlu menunggu lama.

Peneliti juga menemukan bahwa variabel kualitas dan kemasan tidak berpengaruh terhadap minat beli, dengan demikian setiap ada kenaikan ataupun penurunan pada kualitas dan kemasan, tidak terjadi pengaruh apapun pada minat beli. Peneliti berpendapat bahwa kualitas pada produk yang ada di Toko Mebel Suka Jadi tidak dapat meyakinkan konsumen akan kualitasnya, hal ini disebabkan oleh preferensi masyarakat akan kualitas itu sendiri yang berbeda-beda, sedangkan untuk kemasan, peneliti berpendapat bahwa konsumen tidak terlalu memperhatikan kemasan yang disediakan oleh Toko Mebel Suka Jadi.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian memiliki keterbatasan yang perlu diperhatikan untuk pengembangan dalam penelitian selanjutnya. Beberapa keterbatasan sehubungan dengan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

Sampel pada penelitian ini terbatas hanya 100 responden, sehingga belum dapat dikatakan merepresentasikan masyarakat secara lebih luas lagi.

Masih ada beberapa variabel lain yang belum digunakan dalam mempengaruhi minat membeli.

5.3. Saran

Untuk mengatasi permasalahan pertama, sebaiknya peneliti menambahkan jumlah respondennya menggunakan metode lain yang lebih akurat dan lebih merepresentasikan keadaan sesungguhnya.

Untuk mengatasi permasalahan kedua, maka peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel bebas lain yang tidak digunakan oleh penelitian ini. Adapun variabel penelitian yang dimaksud yaitu ukuran perusahaan, kualitas layanan, kecepatan pelayanan, loyalitas pelanggan, *word of mouth*, dan variabel lainnya.

