

BAB IV PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh harga terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening pada konsumen Banchese Salatiga, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian hipotesis pertama (H_1) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh harga (X) terhadap minat beli (Z). Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik harga yang ditawarkan maka akan semakin baik juga minat beli konsumen Banchese.
2. Hasil pengujian hipotesis kedua (H_2) menunjukan bahwa terdapat pengaruh harga (X) terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik harga yang ditawarkan maka akan semakin tinggi juga keputusan pembelian konsumen sehingga penjualan Banchese meningkat.
3. Hasil pengujian hipotesis ketiga (H_3) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh minat beli (Z) terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi minat beli konsumen maka akan semakin tingginya keputusan pembelian yang membuat penjualan Banchese meningkat.
4. Hasil pengujian hipotesis keempat (H_4) menunjukan bahwa terdapat pengaruh harga (X) terhadap keputusan pembelian (Y) melalui minat beli (Z). Berdasarkan hasil penelitian, secara langsung harga memiliki pengaruh terhadap minat beli dan minat beli memiliki pengaruh terhadap keputusan

pembelian yang menunjukkan bahwa semakin baik harga yang ditawarkan akan semakin tinggi minat beli konsumen dan jika minat beli konsumen tinggi akan meningkatkan keputusan pembelian yang berdampak pada jumlah penjualan Banchese yang semakin tinggi. Selain itu, terdapat pengaruh secara tidak langsung antara harga terhadap keputusan pembelian melalui minat beli yang berarti konsumen melakukan keputusan pembelian secara tidak langsung dipengaruhi oleh harga atas minat beli terhadap Banchese.

4.2. Saran

Berdasarkan hasil yang diperoleh pada penelitian ini, berikut ini beberapa saran yang dapat disampaikan :

1. Berdasarkan hasil rekapitulasi variabel harga, dapat diketahui bahwa harga yang ditawarkan Banchese sudah cukup baik. Namun, terdapat beberapa indikator yang masih di bawah rata-rata variabel harga yaitu indikator daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat produk. Beberapa responden masih menganggap bahwa harga Banchese masih kurang bersaing dengan kompetitor dan juga manfaat yang diperoleh konsumen juga dinilai masih kurang. Oleh karena itu, diharapkan Banchese dapat melakukan evaluasi harga dengan menghitung kembali harga pokok penjualan Banchese yang meliputi bahan baku utama, bahan baku pendamping, *packaging* dan lain-lain.
2. Berdasarkan hasil rekapitulasi variabel minat beli, dapat diketahui bahwa minat beli konsumen Banchese sudah cukup baik. Namun, terdapat

indikator yang masih di bawah rata-rata variabel yaitu indikator minat eksplorasi. Beberapa responden masih belum memberikan pilihan untuk mencari informasi tentang produk Bancheese atau tidak. Oleh karena itu, diharapkan Bancheese dapat memberikan inovasi dalam memasarkan produknya agar dapat menarik minat eksplorasi konsumen. Inovasi ini dapat berupa lebih aktif dalam media sosial Bancheese, misalnya Instagram, dengan membuat konten-konten rutin, atau juga membuat promosi pemberian *reward* bagi konsumen yang mengunggah pengalaman mengonsumsi produk Bancheese.

3. Berdasarkan hasil rekapitulasi variabel keputusan pembelian, dapat diketahui bahwa keputusan pembelian konsumen Bancheese sudah cukup baik. Namun, terdapat beberapa indikator yang masih di bawah rata-rata variabel yaitu indikator pengenalan masalah, pencarian informasi, dan keputusan pembelian. Oleh karena itu, diharapkan Bancheese dapat meningkatkan kualitas produk agar konsumen tertarik untuk merekomendasikan kepada kerabat dan bahkan memberikan ulasan di internet sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian produk Bancheese. Upaya peningkatan kualitas produk ini dapat berupa penambahan jumlah pisang pada setiap porsinya, atau bisa juga memberikan jenis bahan yang sama namun dengan kualitas yang lebih tinggi.
4. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa keputusan pembelian produk Bancheese tidak sepenuhnya dipengaruhi oleh harga dan minat beli, namun dipengaruhi juga variabel lain yang tidak dijelaskan pada

penelitian ini. Oleh karena itu, diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat dikembangkan lagi variabel-variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti kualitas produk, promosi, lokasi, citra merek, dan masih banyak lagi. Dengan variabel-variabel tersebut, semoga penelitian yang nantinya akan dilakukan dapat menghasilkan penjelasan yang lebih komprehensif.