

## BAB V

### PENUTUP

#### 1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan dengan melakukan studi ke lapangan, yakni dengan menyebarkan kuisisioner kepada 100 orang responden. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah datang dan membeli produk *Elna Cake & Bakery* Bukittinggi pada tahun 2016. Tujuan akhir dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh diferensiasi produk yang terdiri dari bentuk, keistimewaan, kualitas kesesuaian, kehandalan dan gaya terhadap *purchase intention* (minat beli).
2. Setelah melakukan analisis dengan menggunakan program SPSS 16.0 diperoleh hasil sebagai berikut:
  - a. Variabel Bentuk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *purchase intention*. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang ditemui peneliti yaitu konsumen yang pernah ke *Elna Cake & Bakery* Bukittinggi mempunyai minat yang cukup terhadap produk tersebut. Mereka telah merasa setuju bahwa bentuk, variasi dan cita rasa dari produk *Elna Cake & Bakery* telah mempengaruhi minat mereka dalam membeli.
  - b. Variabel keistimewaan mempunyai pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan terhadap variabel *purchase intention*. Hal ini

menunjukkan bahwa responden yang peneliti temui memang setuju jika Elna *Cake & Bakery* memiliki keistimewaan, namun keistimewaan tersebut belum mampu mempengaruhi minat beli mereka dalam memilih produk yang ada di Elna *Cake & Bakery*. Mereka menyetujui jika Elna *Cake & Bakery* memiliki tekstur kue yang lembut dan memiliki suasana toko yang nyaman tetapi hal ini tidak menjadikan faktor penting mereka membeli produk tersebut.

c. Variabel kualitas kesesuaian mempunyai pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan terhadap variabel *purchase intention*. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang peneliti temui memang setuju jika Elna *Cake & Bakery* memiliki kualitas kesesuaian dimana menjadikan produk tersebut mencapai sasaran yang diinginkan konsumen, namun hal ini belum mampu mempengaruhi minat beli mereka dalam memilih produk yang ada di Elna *Cake & Bakery*. Mereka menyetujui jika Elna *Cake & Bakery* menghasilkan produk yang berkualitas dan tidak cepat basi, tetapi hal ini belum menjadikan faktor penting mereka membeli produk tersebut.

d. Variabel kehandalan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *purchase intention*. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang peneliti temui memang merasa produk Elna *Cake & Bakery* memiliki kehandalan yang nantinya menjadikan konsumen mempergunakan produk dalam jangka panjang. Mereka rata-rata setuju jika produk Elna *Cake &*

*Bakery* berkualitas dan memiliki harga terjangkau sehingga menjadikan pengaruh terhadap minat membeli *Elna Cake & Bakery*.

- e. Variabel gaya tidak mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *purchase intention*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin naik tingkat variabel gaya yang dimiliki maka minat beli konsumen pada *Elna Cake & Bakery* akan menurun.

## 1.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman yang peneliti alami selama melakukan proses penelitian, peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini tidak sempurna dan memiliki keterbatasan-keterbatasan yang mungkin akan mempengaruhi hasil yang diharapkan. Oleh karena itu keterbatasan ini diharapkan lebih diperhatikan untuk peneliti-peneliti yang akan datang. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya dilakukan dalam jangka lebih kurang 2 bulan sehingga data yang didapat bersifat situasional (pada waktu tertentu).
2. Penelitian ini hanya mempelajari lebih mendalam tentang bagian diferensiasi produk yang terdiri dari bentuk, keistimewaan, kualitas kesesuaian, kehandalan dan gaya. Sedangkan masih terdapat variabel lain yang termasuk dalam diferensiasi produk tersebut yang tidak diteliti pada penelitian ini.

### 1.3 Saran

1. Diharapkan pada peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel yang dapat mempengaruhi *purchase intention* yang tidak diteliti dalam penelitian ini
2. Diharapkan pada peneliti selanjutnya dapat menambahkan jumlah sampel yang akan digunakan. Hal ini bertujuan agar dapat meningkatkan keakuratan data.
3. Diharapkan pada Elna *Cake & Bakery* Bukittinggi dapat lebih meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka terhadap konsumennya agar dapat meningkatkan minat beli konsumen baik masa kini maupun masa yang akan datang.
4. Melakukan penelitian yang berkelanjutan agar dapat melihat dan menilai setiap perubahan perilaku responden selama jangka waktu tertentu.

### 1.4 Implikasi Penelitian

Temuan dalam penelitian ini mempunyai beberapa implikasi penting bagi pihak manajerial Elna *Cake & Bakery* untuk lebih mengoptimalkan kinerja usaha *bakery* nya agar dapat meningkatkan minat beli konsumen dalam memilih produk yang ditawarkan Elna *Cake & Bakery*.

Pada tabel karakteristik responden dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas konsumen yang datang ke Elna *Cake & Bakery* adalah wanita berusia 28-39 tahun yang memang konsumtif dalam mengkonsumsi kue baik itu untuk diri sendiri maupun untuk keluarga. Mereka memiliki minat terhadap Elna *Cake & Bakery* karena bentuk kue yang bervariasi dan karena kehandalan dalam segi

kualitas dan harga. Oleh karena itu Elna *Cake & Bakery* harus terus berusaha untuk meningkatkan variasi bentuk kue , cita rasa kue dan ukuran fisik kue agar semakin meningkatkan minat beli.

## BAB V

### PENUTUP

#### 1.5 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

3. Penelitian ini dilakukan dengan melakukan studi ke lapangan, yakni dengan menyebarkan kuisisioner kepada 100 orang responden. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah datang dan membeli produk Elna *Cake & Bakery* Bukittinggi pada tahun 2016. Tujuan akhir dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh diferensiasi produk yang terdiri dari bentuk, keistimewaan, kualitas kesesuaian, kehandalan dan gaya terhadap *purchase intention* (minat beli).
4. Setelah melakukan analisis dengan menggunakan program SPSS 16.0 diperoleh hasil sebagai berikut:
  - a. Variabel Bentuk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *purchase intention*. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang ditemui peneliti yaitu konsumen yang pernah ke Elna *Cake & Bakery* Bukittinggi mempunyai minat yang cukup terhadap produk tersebut. Mereka telah merasa setuju bahwa

bentuk, variasi dan cita rasa dari produk Elna *Cake & Bakery* telah mempengaruhi minat mereka dalam membeli.

- b. Variabel keistimewaan mempunyai pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan terhadap variabel *purchase intention*. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang peneliti temui memang setuju jika Elna *Cake & Bakery* memiliki keistimewaan, namun keistimewaan tersebut belum mampu mempengaruhi minat beli mereka dalam memilih produk yang ada di Elna *Cake & Bakery*. Mereka menyetujui jika Elna *Cake & Bakery* memiliki tekstur kue yang lembut dan memiliki suasana toko yang nyaman tetapi hal ini tidak menjadikan faktor penting mereka membeli produk tersebut.
- c. Variabel kualitas kesesuaian mempunyai pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan terhadap variabel *purchase intention*. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang peneliti temui memang setuju jika Elna *Cake & Bakery* memiliki kualitas kesesuaian dimana menjadikan produk tersebut mencapai sasaran yang diinginkan konsumen, namun hal ini belum mampu mempengaruhi minat beli mereka dalam memilih produk yang ada di Elna *Cake & Bakery*. Mereka menyetujui jika Elna *Cake & Bakery* menghasilkan produk yang berkualitas dan tidak cepat basi, tetapi hal ini belum menjadikan faktor penting mereka membeli produk tersebut.
- d. Variabel kehandalan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *purchase intention*. Hal ini

menunjukkan bahwa responden yang peneliti temui memang merasa produk Elna *Cake & Bakery* memiliki kehandalan yang nantinya menjadikan konsumen mempergunakan produk dalam jangka panjang. Mereka rata-rata setuju jika produk Elna *Cake & Bakery* berkualitas dan memiliki harga terjangkau sehingga menjadikan pengaruh terhadap minat membeli Elna *Cake & Bakery*.

- e. Variabel gaya tidak mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *purchase intention*. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang peneliti temui merasa tidak memerlukan gaya dimana artinya tampilan produk harus sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen, mereka hanya memperhatikan apa yang sudah terlihat dan tersedia di Elna *Cake & Bakery*.

## 1.6 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman yang peneliti alami selama melakukan proses penelitian, peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini tidak sempurna dan memiliki keterbatasan-keterbatasan yang mungkin akan mempengaruhi hasil yang diharapkan. Oleh karena itu keterbatasan ini diharapkan lebih diperhatikan untuk peneliti-peneliti yang akan datang. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

3. Penelitian ini hanya dilakukan dalam jangka lebih kurang 2 bulan sehingga data yang didapat bersifat situasional (pada waktu tertentu).

4. Penelitian ini mempunyai keterbatasan berupa respon bias dari responden. Maksudnya adalah informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya. Hal ini bisa terjadi karena adanya ketidakmampuan responden memahami isi pertanyaan dan ketidak jujuran responden dalam menjawab pertanyaan maupun waktu pengisian kuesioner yang tidak tepat.
5. Penelitian ini hanya mempelajari lebih mendalam tentang bagian diferensiasi produk yang terdiri dari bentuk, keistimewaan, kualitas kesesuaian, kehandalan dan gaya. Sedangkan masih terdapat variabel lain yang termasuk dalam diferensiasi produk tersebut yang tidak diteliti pada penelitian ini.
6. Penelitian ini menggunakan *SPSS 16.0* dalam pengolahan datanya. Dimana peneliti menggunakan sampel yang sedikit dalam pengolahannya.

## 1.7 Saran

5. Diharapkan pada peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel yang dapat mempengaruhi *purchase intention* yang tidak diteliti dalam penelitian ini
6. Diharapkan pada peneliti selanjutnya dapat menambahkan jumlah sampel yang akan digunakan. Hal ini bertujuan agar dapat meningkatkan keakuratan data.
7. Diharapkan pada *Elna Cake & Bakery* Bukittinggi dapat lebih meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka terhadap konsumennya



agar dapat meningkatkan minat beli konsumen baik masa kini maupun masa yang akan datang.

8. Melakukan penelitian yang berkelanjutan agar dapat melihat dan menilai setiap perubahan perilaku responden selama jangka waktu tertentu.

### **1.8 Implikasi Penelitian**

Temuan dalam penelitian ini mempunyai beberapa implikasi penting bagi pihak manajerial Elna *Cake & Bakery* untuk lebih mengoptimalkan kinerja usaha *bakery* nya agar dapat meningkatkan minat beli konsumen dalam memilih produk yang ditawarkan Elna *Cake & Bakery*.

Pada tabel karakteristik responden dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas konsumen yang datang ke Elna *Cake & Bakery* adalah wanita berusia 28-39 tahun yang memang konsumtif dalam mengkonsumsi kue baik itu untuk diri sendiri maupun untuk keluarga. Mereka memiliki minat terhadap Elna *Cake & Bakery* karena bentuk kue yang bervariasi dan karena kehandalan dalam segi kualitas dan harga. Oleh karena itu Elna *Cake & Bakery* harus terus berusaha untuk meningkatkan variasi bentuk kue , cita rasa kue dan ukuran fisik kue agar semakin meningkatkan minat beli.