

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat dititik beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Variasi Produk Value Plus berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen di Hypermart Gorontalo. Nilai t positif menunjukkan bahwa adanya hubungan yang searah antara Variasi Produk Value Plus dengan Minat Beli Konsumen di Hypermart Gorontalo.
2. Secara parsial variabel bebas (Variasi Produk Value Plus) berpengaruh signifikan terhadap variabel terkait (Minat Beli Konsumen di Hypermart Gorontalo) . kemudian nilai R Square adalah nilai sebesar 0,974. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 97,4% Variabel Minta Beli Konsumen di Hypermart Gorontalo dapat dijelaskan oleh Variasi Produk, sedangkan sisanya sebesar 2,6% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah diuraikan diatas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Sebaiknya pimpinan Hypermart Gorontalo memperkenalkan langsung produk Value Plus ke konsumen agar minat beli terhadap produk Value Plus meningkat.
2. Sebaiknya harga dari setiap produk Value Plus di pertimbangkan kembali,
3. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya merekontruksi bentuk-bentuk pernyataan dalam penelitian ini serta mengembangkan operasional variabel langkah yang dapat dilakukan yakni dengan menggunakan skala guttman dalam pengumpulan data agar hasil jawaban responden dapat lebih objektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah,Thamrin (2003) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta Rajawali Pers.
- Anindi, Widiya Putri, (2018) “*Pengaruh Variasi Produk, Cita Rasa, KualitasProduk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Jenang Teguh Rahardjo Ponorogo*”
- Abdurachman, (2004) “*Analisis Faktor-Faktor Yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung (studi perilaku konsumen sarung di jawa timur)*”.
- Arikanto, S. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- B. Lena Nuryanti Anisa Yunia Rahman (2007), “*Pengaruh Variasi dan KemasanProduk Terhadap Keputusan Pembelian Teh Kotak Ultrajaya*”
- Durianto, Damardi. (2011) *Strategi Melakukan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka utama.
- Dewi Lestari (2016), “*Pengaruh Varian Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Zyvi Cell Pangkalpinang*”.
- Endro Arifin dan Achmad Fachrodji (2015) “*Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen dan Achilles Di Jakarta Selatan*”
- Ferdinand, Augisty, (2002) , *Pengembangan minat beli merek ekstensi*, Semarang: Badab Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, Augisty, (2002:129), *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*, Semarang : Badab Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Iman, 2005. *“analisis Multivariate Dengan Program SPSS”*. Semarang
Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

<https://www.oberlo.com/statistics/global-ecommerce-sales/amp>

Isti Faradisa, Leonardo Budi, Maria M Minarsih. (2016) *Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Indonesian CoffeeSho Semarang (ICOS CAFE)*

Jonathan, Sarwono (2007), *“Analisis Jalur Untuk Riset Visnis dengan SPSS”*
Yogyakarta: Andi Offset

Kotler, Amstrong. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi kedua belas, Jilid 1.
Jakarta: Erlangga.

Nurhayati, Rizky, (2011) *“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional)Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung (studi perilaku konsumen sarung di jawa timur)”*. Jurnal Universitas Kristen Petra Surabaya.

Penny Rahmawati, Msi (2015), *“Pengaruh Variasi Produk, Harga, dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Roti BreadTalk Yogyakarta”*.

Panji Umar Wicaksono, Mudiantono (2017), *“Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi Terhadap Citra Merek Dan Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Kartu Perdana XL Axiata Di Semarang”*.

Rizky,M.F. & Yasi, H.(2014), “*Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan*” . Jurnal Manajemen & Bisnis.

Riduwan, 2007, *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika Cetakan Ke-2*. Bandung Alfabeta.

Stanton, William, (1996), *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid Kedua, Edisi Ketujuh*, Erlangga : Jakarta

Supranomo & Haryanto (2005), *Desain Proposal Studi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi

Sugiyono (2004). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono (2014:84) “*Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*,

Sugiyono (2014:85) “*Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*,

Santoso,Singgih, 2012. *Analisis SPSS pada Statistik Parametrik*, Jakarta: PT.

Sugiyono (2014:164) “*Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*,

Sulaiman, Wahid. 2002. *SPSS 10 Jalan Pintas Menguasai*. Yogyakarta. Penerbit Andi

Umi Namiwarati, (2007), “ *Riset Manajemen Sumber Daya Manusia*” Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

William J. StantonDalam Bukunya**Fundamental of Marketing (1997)***Kualitatif,R&D, Bandung: CV ALVABETA*