

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini menjelaskan tentang pengaruh layanan COD dan kualitas produk terhadap minat beli bagi konsumen kalung kucing di Saudagarkulit. Dari rumusan masalah yang telah dipaparkan pada bab I dan hasil pengujian data yang telah dilakukan serta pembahasan yang telah dipaparkan pada bab IV sebelumnya maka, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut;

1. Layanan COD secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat beli bagi konsumen, dengan nilai t hitung ($0,086$) $<$ t tabel ($2,014$), dan nilai signifikan sebesar $0,932 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Dapat disimpulkan secara parsial tidak terdapat pengaruh antara layanan COD terhadap minat beli.
2. Kualitas Produk secara parsial berpengaruh terhadap minat beli bagi konsumen, dengan nilai t hitung ($5,896$) $>$ t tabel ($2,014$), dan nilai signifikan sebesar $0,00 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Dapat disimpulkan secara parsial terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap minat beli
3. Layanan COD dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli bagi konsumen dengan nilai F hitung sebesar $17,580$ dan nilai F tabel $3,17$ dan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ berarti

variabel Layanan COD dan kualitas produk memiliki peran atau kontribusi terhadap minat beli.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti dapat menyajikan beberapa saran sebagai berikut;

1. Bagi Saudagarkulit

Sebaiknya tetap mempertahankan kualitas kalung kucing yang dijual, namun tetap harus melakukan inovasi untuk kedepannya guna menarik dan bahkan meningkatkan minat beli konsumen.

2. Bagi Konsumen

Untuk konsumen yang sudah melakukan pembelian setidaknya mampu merekomendasikan kepada konsumen lainnya untuk membeli produk kalung kucing yang ada di Saudagarkulit.