

BAB V

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data menggunakan program SPSS versi 22, maka dapat disimpulkan :

1. Persepsi Harga secara positif mempengaruhi minat beli produk minyakita. Dengan demikian semakin baik persepsi harga yang dimiliki konsumen maka akan semakin meningkatkan minat pembelian minyakita.
2. Ketersediaan Produk secara positif mempengaruhi minat beli. Dengan demikian semakin baik ketersediaan produk maka akan semakin meningkatkan minat pembelian produk minyakita.
3. Kualitas Produk secara positif mempengaruhi minat beli. Dengan demikian semakin baik kualitas produk maka akan semakin meningkatkan minat beli.
4. Keamanan Pangan secara positif mempengaruhi minat beli. Dengan demikian semakin baik keamanan pangan maka akan semakin meningkatkan minat beli.

B. Implikasi

Berdasarkan simpulan yang telah disebutkan di atas, maka implikasi dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Implikasi Manajerial

- a) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan manfaat bagi produsen minyak goreng dalam memprediksi minat beli konsumen di masa depan dan mengetahui pengaruh persepsi harga, ketersediaan produk, kualitas produk dan keamanan pangan yang nantinya dapat dijadikan bahan evaluasi atau masukan terhadap masalah yang dihadapi serta memberikan pertimbangan guna mengambil langkah kebijaksanaan selanjutnya untuk mencapai tujuan perusahaan.
- b) Untuk meningkatkan penjualan dengan keputusan pembelian, sebaiknya pihak perusahaan lebih memperhatikan distribusi produk yang merata sehingga tidak lagi terjadi kelangkaan produk minyak goreng dan melakukan pemantauan terhadap harga jual minyak dipasaran
- c) Konsumen sebaiknya perlu dilakukan lagi edukasi dan peningkatan kesadaran konsumen untuk dapat memahami hak mereka sebagai konsumen yaitu mendapat harga yang sesuai dengan harga eceran tertinggi.

2. Implikasi Teoritis

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel bebas selain persepsi harga, ketersediaan produk, kualitas produk, dan keamanan pangan untuk mengetahui adanya pengaruh terhadap minat beli. Variabel tersebut dapat berupa loyalitas pelanggan, citra merek, promosi produk, dan lain lain, Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh peneliti selanjutnya guna pengembangan teori dengan menggunakan metode yang berbeda.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, sehingga penting sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya. Keterbatasan tersebut antara lain penyebaran kuesioner yang telah dilakukan hanya di Kabupaten Banyumas. Kuesioner yang telah disebar masih mendapatkan jawaban responden yang dominan berasal dari domisili peneliti, sehingga variasi jawaban dari responden dalam penelitian ini terbilang kurang. Pada penelitian ini juga tidak terdapat pertanyaan terbuka dalam kuesioner yang disebar kepada para responden, sehingga peneliti kurang mengetahui alasan spesifik responden mengapa responden memilih pilihan jawaban yang tersedia. Peneliti menyadari akan keterbatasan penelitian ini karena ruang lingkup dalam penyebaran kuesioner masih sangat terbatas, sehingga sampel yang diambil kurang dapat mewakili populasi penelitian dan keberagaman responden yang kurang merata.

