

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan utama sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa variabel *trend fashion* (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli (Y) produk *fashion* di pusat grosir Cirebon. Hal ini didukung oleh hasil uji hipotesis yang menunjukkan bahwa variabel tren fashion (X1) memiliki nilai t hitung $>$ t tabel ($2,057 > 1,985$) dengan nilai signifikan sebesar $0,042 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa produsen dan peritel *fashion* yang mampu secara efektif merespons dan mengintegrasikan *trend* dalam koleksi mereka akan memiliki keunggulan kompetitif dalam menarik minat beli konsumen.
2. Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli (Y) produk *fashion* di Pusat Grosir Cirebon. Hal ini didukung oleh hasil uji hipotesis yang menunjukkan bahwa variabel harga (X2) memiliki nilai t hitung $<$ t tabel ($16,119 > 1,985$), dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan penetapan harga yang strategis dan transparan tidak hanya penting untuk menarik minat beli awal, tetapi juga untuk membangun loyalitas pelanggan dan mendorong pertumbuhan penjualan jangka panjang melalui referensi positif dan pembelian berulang.
3. Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan (X3) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli (Y) produk *fashion* di Pusat Grosir Cirebon. Hal ini didukung oleh hasil uji hipotesis yang menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X3) memiliki nilai t hitung $>$ t tabel ($4,309 > 1,985$), dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan kualitas layanan yang memuaskan akan meningkatkan citra merek, mendorong rekomendasi dari mulut ke mulut, dan pada akhirnya meningkatkan minat beli produk *fashion* secara berkelanjutan.

4. Hasil analisis diketahui bahwa variabel *trend fashion* (X1), harga (X2) dan kualitas layanan (X3) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli (Y) produk *fashion* di Pusat Grosir Cirebon. Hal ini dibuktikan pada saat uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel *trend fashion* (X1), harga (X2) dan kualitas layanan (X3) memiliki nilai perhitungan F hitung $>$ F tabel ($205.388 > 270$) dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.

B. Saran

Mengacu pada hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah dipaparkan, berikut adalah beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak terkait:

1. Saran bagi Pusat Grosir Cirebon

Berdasarkan hasil interpretasi persentase dari kuesioner yang diisi oleh responden, Pusat Grosir Cirebon perlu mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan konsumen dengan memastikan bahwa *trend fashion* dan harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas produk dan manfaatnya. Informasi yang jelas mengenai spesifikasi dan deskripsi produk juga perlu diperkuat untuk mendukung minat beli.

2. Saran bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan referensi bagi kajian-kajian selanjutnya. Untuk memperkaya dan memperbarui pemahaman dalam bidang ini, penelitian berikutnya disarankan untuk memperluas jangkauan geografis, memilih objek penelitian yang berbeda, serta menggunakan variasi sampel yang lebih beragam dibandingkan penelitian ini. Selain itu, peneliti di masa depan dapat meneliti variabel-variabel lain yang relevan seperti citra merek, kualitas produk, platform belanja daring (*online shop*), dan aspek-aspek lainnya yang belum dieksplorasi dalam studi ini.