

BAB V

PENUTUPAN

A. Kesimpulan

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada Depot Air Minum Isi Ulang Mumtaz RO dan Mineral. Pengaruh tersebut ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 serta nilai t hitung sebesar 3,948. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang diberikan, seperti kebersihan, keamanan, dan kualitas air minum, maka semakin tinggi minat beli konsumen.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada Depot Air Minum Isi Ulang Mumtaz RO dan Mineral. Pengaruh tersebut ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,005 yang lebih kecil dari 0,05 serta nilai t hitung sebesar 2,900. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk mampu meningkatkan minat beli konsumen.
3. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada Depot Air Minum Isi Ulang Mumtaz RO dan Mineral. Pengaruh tersebut ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,009 yang lebih kecil dari 0,05 serta nilai t hitung sebesar 2,652. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi depot yang strategis, mudah dijangkau, dan memberikan kenyamanan bagi konsumen dapat meningkatkan minat beli konsumen.
4. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada Depot Air Minum Isi Ulang Mumtaz RO dan Mineral. Pengaruh tersebut ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,002 yang lebih kecil dari 0,05 serta nilai t hitung sebesar 3,262. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan yang cepat, ramah, sopan, dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan mampu meningkatkan minat beli konsumen.
5. Secara simultan, kualitas produk, harga, lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada Depot Air Minum Isi Ulang Mumtaz RO dan Mineral. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan kualitas produk, penetapan harga yang sesuai, lokasi yang strategis,

serta pelayanan yang baik secara bersama-sama dapat meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

B. Implikasi

1. Depot Air Minum Isi Ulang Mumtaz RO dan Mineral perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk agar tetap terjaga kebersihan, keamanan, dan kualitas air minum yang dihasilkan sehingga mampu meningkatkan kepercayaan konsumen.
2. Depot perlu mempertahankan harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk agar konsumen tetap merasa puas dan tidak beralih ke depot lain.
3. Lokasi depot yang strategis perlu terus didukung dengan fasilitas yang memadai, seperti area parkir dan akses yang nyaman bagi konsumen.
4. Kualitas pelayanan perlu terus ditingkatkan melalui sikap pegawai yang ramah, sopan, cepat tanggap, dan profesional dalam melayani pelanggan.
5. Pemilik usaha dapat meningkatkan promosi dan pelayanan pesan antar untuk memperluas jangkauan konsumen serta meningkatkan minat beli masyarakat.
6. Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pelaku usaha depot air minum isi ulang lainnya dalam meningkatkan kualitas usaha guna menarik dan mempertahankan konsumen.

C. Saran

1. Bagi pihak Depot Air Minum Isi Ulang Mumtaz RO dan Mineral, disarankan untuk terus menjaga kualitas air minum dan kebersihan galon agar kepercayaan konsumen tetap terjaga. Depot diharapkan dapat mempertahankan harga yang sesuai dengan kemampuan masyarakat sehingga konsumen tetap loyal melakukan pembelian ulang. Pihak depot disarankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, terutama dalam kecepatan pelayanan dan penanganan keluhan pelanggan. Depot diharapkan dapat meningkatkan fasilitas pendukung, seperti area parkir dan kenyamanan lingkungan sekitar depot.
2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi minat beli, seperti promosi, loyalitas pelanggan, dan citra merek. Peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat menggunakan metode penelitian yang lebih luas dengan jumlah responden yang lebih banyak agar hasil penelitian lebih akurat dan dapat digeneralisasikan.