# BAB V

# KESIMPULAN DAN SARAN

## Kesimpulan

Dalam meningkatkan minat beli konsumen, pelaku UMKM harus memiliki inovasi produk dengan cara meningkatkan citra merek dan kualitas produk yang sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen. Inovasi akan menigkatkan nilai tambah dari suatu produk, inovasi akan menciptakan suatu produk yang baru yang dapat memberikan solusi yang lebih baik bagi pemecahan masalah yang dihadapi konsumen. Selain inovasi produk untuk meningkatkan minat beli, pada masa yang sulit seperti ini para pelaku UMKM juga perlu untuk membangun citra merek yang baik pada produknya. Citra merek yang baik akan meyakinkan konsumen dalam memilih dan membeli produk, karena adanya atribut – atribut produk seperti desain, kualitas dan daya tarik produk yang mempengaruhi nilai jual produk. Kualitas produk juga bisa menjadi tolak ukur pelanggan dalam memilih produk, semakin baik kualitas yang di tawarkan oleh sebuah produk maka semakin tinggi minat beli pelanggan dalam produk tersebut. Berdasarkan hasil analisis data dari variabel independen dan dependen dapat disimpulkan bahwa :

* 1. Variabel inovasi produk, citra merek dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen toko roti Widoro di Sukoharjo, hal ini dibuktikan dari tingkat nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel (25,529 > 2,70) .

Dengan demikian dapat dikatakan variabel independen inovasi produk, citra merek, kualitas produk berpengaruh simultan terhadap variabel dependen yaitu minat beli konsumen toko roti Widoro di Sukoharjo.

* 1. Variabel inovasi produk terhadap minat beli konsumen menunjukan bahwa hasil hipotesis berpengaruh posotif dan signifikan. Hal ini juga dibuktikan dari hasil perhitungan uji T yang membuktikan bahwa nilai thitung lebih besar dari ttabel (3,818 > 1,984) menunjukkan bahwa inovasi produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli kosumen toko roti Widoro di Sukoharjo.
	2. Variabel citra merek terhadap minat beli maka dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek memiliki engaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel minat beli konsumen toko roti Widoro di Sukoharj. Hal ini juga dibuktikan dengan adanya hasil pengujian menggunakan uji T dimana nilai thitung lebih besar dari pada nilai ttabel (2,066 > 1,984) menunjukkan bahwa citra merek mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli kosumen toko roti Widoro di Sukoharjo.
	3. Variabel kualitas produk terhadap minat beli maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian menggunakan uji T diamna nilai thitung lebih dari nilai ttabel (6,050 > 1,984) menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli kosumen toko roti Widoro di Sukoharjo.

## Saran

Untuk lebih meningkatkan minat beli konsumen sebaiknya toko roti Widoro memberikan inovasi – inovasi baru pada produk – produk yang dimiliki. Dengan adanya inovasi produk diharapkan akan dapat membuat produk baru yang akan menarik di mata konsumen dan membuat konsumen lebih tertarik dengan produk tersebut dibandingkan produk milik pesaing. Selain dengan membuat inovasi produk baru toko roti Widoro juga diperlukan peningkatan kualitas produk, kulaitas produk juga dapat membuat konsumen memiliki minat untuk membeli sebuah produk.

Semakin baik dan unggul kualitas yang ada pada sebuah produk maka juga dapat semakin menarik minat beli pada konsumen, terlebih jika produk memiliki kualitas yang lebih tinggi sehingga dapat sesuai dengan harapan konsumen dan dapat memberikan kepuasan pada konsumen, maka konsumen akan berfikir ulang untuk memberi produknya kembali. Untuk itu penting untuk toko roti Widoro dalam pengembangan inovasi dan penigkatan kualitas produk agar loyalotas dan minat beli konsumen tetap meningkat dan dapat menarik konsumen baru.