

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh inovasi produk, harga dan promosi terhadap minat beli pada konsumen Sepatu Bata Dengan teknik pengambilan sampel *convenience sampling* dan jumlah sampel sebanyak 170 responden , ditentukan berdasarkan rumus yang dikemukakan oleh (Hair et al., 2019). subjek penelitian ini adalah konsumen yang mengenal dan tertarik pada Sepatu Bata Setelah mengumpulkan dan mengolah data , berikut ini hasil dari kesimpulan hasil penelitian ini, Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menghasilkan serta menimbulkan kesimpulan sebagai berikut:

3. Inovasi Produk memberi dampak secara positif dan signifikan pada Minat Beli terhadap konsumen Sepatu Bata
4. Harga memberi dampak secara positif dan signifikan pada Minat Beli terhadap konsumen Sepatu Bata
5. Promosi memberi dampak secara positif dan signifikan pada Minat Beli terhadap konsumen Sepatu Bata

5.2 Saran

Adapun saran yang diberikan berdasarkan kesimpulan sebelumnya antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian, inovasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen Sepatu Bata, oleh karena itu, perusahaan Sepatu Bata disarankan untuk terus berinovasi dengan menciptakan desain baru, meningkatkan kualitas dan mengikuti trsn pasar. Inovasi yang berkelanjutan akan membantu perusahaan menarik konsumen baru sekaligus membuat konsumen lama bertahan. Selain itu harga juga memiliki pengaruh yang signifikan, harga termasuk ke dalam faktor penting yang berdampak

pada konsumen yang memutuskan untuk membeli. Perusahaan disarankan untuk menetapkan harga yang kompetitif tanpa mengorbankan kualitas. Menyediakan variasi harga untuk berbagai segmen konsumen dapat membantu perusahaan menjangkau pasar yang lebih luas. Selain harga, promosi juga memberi dampak yang signifikan pada minat beli konsumen. Sepatu Bata Mengoptimalkan strategi promosi yang efektif dapat menaikkan minat beli pada konsumen. Perusahaan disarankan untuk memperkuat strategi promosi dengan memanfaatkan media sosial, diskon dan kampanye pemasaran yang menarik.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya, diusulkan peneliti mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mungkin memberi dampak minat beli konsumen, menambahkan jumlah variabel lain seperti kualitas layanan, merek atau pengalaman berbelanja untuk memperoleh wawasan yang lebih komprehensif tentang faktor – faktor yang memberi pengaruh pada minat beli konsumen. Agar meningkatkan generalisasi hasil penelitian, peneliti selanjutnya dapat memperluas jangkauan responden ke wilayah atau segmen pasar yang berbeda. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat mencerminkan konsumen yang lebih luas dan beragam. Peneliti juga dapat mempertimbangkan studi komparatif dengan Sepatu Bata merek lain untuk melihat apakah hasil yang serupa berlaku atau jika ada perbedaan pengaruh inovasi, harga dan promosi pada minat beli konsumen. Hal ini dapat memberikan perspektif tambahan bagi perusahaan dalam bersaing dipasar yang semakin kompetitif.

Dengan menerapkan saran ini, diharapkan perusahaan dapat meningkatkan strategi pemasaran dan daya saing, sementara peneliti selanjutnya dapat menghasilkan penelitian yang lebih komprehensif dan bermanfaat bagi perkembangan ilmu pemasaran.