

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan oleh peneliti dari Bab 1 hingga Bab 4, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *perceive value* (X1) terhadap minat pembelian (Y) dengan hubungan keduanya yang bersifat solid dan searah.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *perceive price* (X2) terhadap minat pembelian (Y) dengan hubungan keduanya yang bersifat solid dan searah.
3. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *variasi produk* (X3) terhadap minat pembelian (Y) dengan hubungan keduanya yang bersifat tidak solid dan tidak searah.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *lokasi* (X4) terhadap minat pembelian (Y) dengan hubungan keduanya yang bersifat solid dan searah.
5. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *perceive value* (X1), *perceive price* (X2), *variasi produk* (X3), dan *lokasi* (X4) terhadap minat pembelian (Y) secara simultan.

5.2 Saran

Dengan memperhatikan hasil analisa dan pembahasan pada bab sebelumnya, dengan demikian saran dari peneliti antara lain sebagai berikut:

1. Berdasarkan dari hasil data responden yang telah dihimpun, untuk variabel *perceive value* (X1) yang mempunyai nilai rata-rata terendah terletak pada point metode pembayaran dengan menggunakan flazz card Binusian. Dengan demikian peneliti menyarankan agar kantin Binus Anggrek sebaiknya memperhatikan kemudahan bagi mahasiswa terkait dengan metode pembayaran yang diberlakukan. Adapun caranya atau solusi untuk memudahkan pembayaran dan meningkatkan penjualan kantin, antara lain dengan memberlakukan 2 metode pembayaran, yaitu bisa membayar dengan tunai debit dan dengan flazz card Binusian, sehingga mahasiswa yang tidak

memiliki saldo di flazz card Binusiannya tetap bisa membeli produk makanan atau minuman ringan di kantin Binus Anggrek.

2. Berdasarkan dari hasil data responden yang telah dihimpun, untuk variabel *perceive price* (X2) yang mempunyai nilai rata-rata terendah terletak pada point harga makanan dan minuman yang dijual di kantin Binus Anggrek atau keterjangkauan harga. Dengan demikian peneliti menyarankan agar kantin Binus Anggrek lebih memperhatikan strategi harga bersaing, sehingga mahasiswa lebih tertarik membeli di kantin Binus Anggrek daripada di ritel modern seperti alfamart atau indomaret. Adapun caranya yaitu bisa dengan memberikan bonus untuk pembelian tertentu. Misalnya bila pesaing menjual produk dengan harga yang lebih murah, maka untuk menghadapinya bisa menawarkan bonus “beli 2 gratis 1”, bonus diberikan oleh supplier melalui kantin.
3. Berdasarkan dari hasil data responden yang telah dihimpun, untuk variabel lokasi (X4) yang mempunyai nilai rata-rata terendah terletak pada point keputusan untuk membeli di kantin Binus Anggrek. Dengan demikian peneliti menyarankan agar kantin Binus Anggrek melakukan penambahan papan nama toko dan perubahan tata letak penempatan lokasi produk yang dijual, yang bisa memudahkan terlihat oleh mahasiswa. Adapun caranya memberikan papan nama kantin Binus Anggrek pada stand, menempatkan produk unggulan dan produk inovatif yang berbeda, yang tidak dijual oleh para pesaing pada estalase utama, sehingga bisa langsung terlihat oleh mahasiswa dan langsung bisa menarik minta mereka untuk membeli.