

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

### **5.1. Kesimpulan**

1. Pada umumnya mahasiswa UBP Karawang menilai bahwa harga Hisana Fried Chicken sesuai bagi mereka, kualitas produk Hisana Fried Chicken memiliki kriteria baik. Minat beli mahasiswa UBP Karawang terhadap Hisana Fried Chicken pada umumnya tinggi.
2. Terdapat pengaruh parsial dari variabel harga terhadap variabel minat beli pada Hisana Fried Chicken dikalangan mahasiswa UBP Karawang
3. Terdapat pengaruh parsial dari variabel Kualitas Produk terhadap variabel minat beli pada Hisana Fried Chicken dikalangan mahasiswa UBP Karawang
4. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan antara variabel Harga dan variabel Kualitas Produk terhadap variabel Minat Beli hal ini berdasarkan penelitian dengan nilai sebesar 84% sedangkan sisanya 16% merupakan pengaruh variabel lain ( $\epsilon$ ) yang tidak diteliti.

### **5.2. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Hisana Fried Chicken dapat diambil saran sebagai berikut:

1. Saran bagi penulis: penelitian ini memiliki keterbatasan hanya menggunakan variabel Harga dan Kualitas Produk, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh konsumen terhadap Minat Beli Hisana Fried Chicken. Sehingga untuk peneliti selanjutnya dapat meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli.
2. Saran bagi perusahaan: berdasarkan hasil yang diperoleh tentang Minat Beli yang berada dikategori sangat tinggi, maka HFC harus bisa mempertahankan posisinya yaitu dengan melakukan berbagai hal seperti harus meningkatkan kualitas produk, strategi harga dan terus menciptakan

inovasi baru agar konsumen selalu tertarik dengan produk yang ditawarkan HFC dan bertujuan untuk menghadapi persaingan yang ketat dengan produk yang sejenis, Sehingga Minat Beli pada HFC akan selalu meningkat.

3. Saran bagi pembaca penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan terkait pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli pada Hisana Fried Chicken, dan dapat memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen.

