

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan analisis data melalui pembuktian terhadap hipotesis dari permasalahan diangkat mengenai yang telah di jelaskan pada BAB IV, maka dapat di ambil kesimpulan bahwa :

- a. Terdapat pengaruh antara variasi produk terhadap minat beli konsumen roti mawarid di Pondok Pesantren Roudlotul Ulum. nilai signifikan 0,002 lebih kecil dari alpha 0,05 yang berarti bahwa Variasi Produk memiliki nilai yang positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen roti mawarid di Pondok Pesantren Roudlotul Ulum.
- b. Terdapat pengaruh antara harga terhadap minat beli konsumen roti mawarid di Pondok Pesantren Roudlotul Ulum. signifikan 0,045 lebih kecil dari alpha 0,05. Dari hasil uji t yang telah dilakukan berarti bahwa Harga memiliki nilai yang positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen roti mawarid di Pondok Pesantren Roudloul 'Ulum.
- c. Terdapat pengaruh antara *customer experience* terhadap minat beli konsumen roti mawarid di Pondok Pesantren Roudlotul Ulum. signifikan 0,007 lebih besar dari 0,05 yang berarti bahwa *customer experience* memiliki nilai yang signifikan dan berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen roti mawarid di Pondok Pesantren Roudlotul 'Ulum.

- d. Diantara ketiga variabel independen yaitu variasi produk, harga, dan customer experience yang lebih berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang konsumen roti mawarid di Pondok Pesantren Roudlotul 'Ulum adalah variasi produk. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  yang dimiliki oleh variasi produk paling besar dibandingkan dengan variabel lain, yaitu  $t_{hitung}$  sebesar 3,162.

#### B. Saran

Dari hasil penelitian yang berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen roti mawarid adalah variasi produk dan customer experience, sehingga saran bagi peneliti adalah untuk meningkatkan inovasi dalam varian produk dan mempererat lagi hubungan penjual dengan pembelinya. Untuk meningkatkan minat beli ulang konsumen, perusahaan perlu menambah produk baru dari olahan roti, mencantumkan label halal

## DAFTAR PUSTAKA

- Alya Qonita.(2009). *Kamus Bahasa Indonesia*. Bandung : PT Indahjaya Adipratama
- Alma Buchari. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta cv
- Al Arif N.M dan Euis A (2010).*Teori Mikroekonomi*. Jakarta :Kencana
- Aziz Fathul Aminudin. (2017) *Manajmen Dalam Perspektif Islam*, Majenang: Pustaka El-Bayan
- Damiati dkk. (2017). *Perilaku Konsumen*. Depok: Rajawali press
- Echols John dan Hassan Shadily. (1976). *Kamus Inggris Inonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Hendryadi dan Suryani. (2018). *Metode Riset Kuantitatif*. Jakarta: Prenada media group
- Idri. (2015). *Hadis Ekonomi*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Kotler Philip dan Kevin L.N . (2008) *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler Philip dkk. (1999). *Manajemen pemasaran perspektif asia*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta
- Kotler Philip dan Kevin L.N (2008) *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 2*. Jakarta : Erlangga
- Kotler Philip dan Amstrong Gary. (2014). *Principles of maketing*. Harlow: Person Education Limited
- Kotler Philip dan Keller Kevin Lane. (2007) *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Indonesia: PT Macanan Jaya Cemerlang
- Mardani. (2019). *Ayat-Ayat Dan Hadis Ekonomi Syariah*. Depok: PT Raja Grafindo Persada
- Mangkunegara, A. P. (2019). *Perilaku Konsumen*. Bandung: PT Refika Aditama

- Muhammad.(2019). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Depok:Rajawali Pers
- McClave James, dkk. (2010). *Statistik untuk bisnis dan ekonomi*. Jakarta : Erlangga
- Nurohman Dede. (2011). *Memahami Dasar – Dasar Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Teras
- Sujarweni V. Wiratma. (2019). *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Sugiyono.(2012). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni Wiratna. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustakabarupers
- Suyanto. (2018). *Muhammad Marketing Strategi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Sugiyono.(2019). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif*. Bandung: Alfabeta Bandung
- Swastha Drs Basu dan Drs Irawan. (2008). *Manajemen pemasaran modern*. Yogyakarta: Liberty Offset
- Priyasma Romie (2017) *Buku Sakti Kuasai SPSS*. Yogyakarta:PT Anak Hebat Indonesia

## JURNAL DAN SKRIPSI

- Amin Amirudi Dan Isfandi. (2019). *Pengaruh Variasi Produk, Harga Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Keramik Mulia Tile Pada PT Surya Asia Abadi Pekanbaru*. Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis. Vol 4. No 1. Issn 25278223
- Kamalia. (2011). *Mekanisme Penetapan Harga Dalam Pandangan Ekonomi Islam (Studi Dasus Pada Pedagang Asongan Di Pelabuhan Sungau Duku Pekanbaru)*. Skrtipsi. Riau : Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau
- Leni Yunita. (2017). *Pengaruh Customer Experience Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Konsumen Hanbingo Korean Dessert Café Yogyakarta)*. Skripsi. Yogyakarta: Unersitas Sanata Dharma Yogyakarta
- Leni Yunita. (2017). *Pengaruh Customer Experience Terhadap Minat Beli Ulang*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma
- Mahardika Nanda. (2016). *Pengaruh Inovasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Merchandise (Studi Kasus Pada Fans Idol Group Jkt48 Yogyakarta)*. Skripsi. Yogyakarta. Universitasnegri Yogyakarta
- Mahemba Umbu Sangga Ana Kaka. (2019). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ualang Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi*. Skripsi.Yogyakarta : Universitas Sanata Dharma
- Monalisa. (2016). *Variabel-Variabel ProsuK Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Tupperwere Pad Apt Syamida Salsa Utama Di Samarind*. Ejournal Ilmu Administrasi Bisnis. Vol 4. No 1. Issn 23555408
- Musli Febrian (2019). *Pengaruh Variasi Produk, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rumah Makan Bina Citra Di Pekanbaru*. Skripsi. Riau: Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim
- Nurma Siti. (2017). *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Paket Internet Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi. Lampung : Universitas Islamnegri Raden Intan Lampung
- Sulistyorini Oktavia Dyah. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Variasi Produk, Kesesuaian Harga, Citra Merek, Dan Kesadaran Merek Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Pembelian (Study Kasus Pada Strada Coffee Semarang)*. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro

Warsak Muhammad Dkk. (2018). *Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Pembelian Prosuks Herbalife (Studi Kasus Pada Lima Nutrition Clup Manado)*. Jurnanl Emba. Vol 6. No 3. Issn 2303-1174.

Wanita Nur,( 2015) *perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah*. ISTIQRA jurnal penelitian ilmiah Vol. 3 No 2

#### INTERNET

<https://M.Liputan6.Com/Bisnis/Read/4544531/48-Juta-Umkm-Telah-Go-Digital-Pada-Maret-2021#:~:Text=Tercatat%2c%20per%20akhir%20desember%202020,Melonjak%20menjadi%204%2c8%20juta>. Diakses Oada Tanggal 6/16/21 Pukul 11.38