

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pengaruh harga, kualitas produk, lokasi dan minat masyarakat muslim terhadap permintaan produk pada klinik kecantikan Yafa's Beauty Health & Care Medan dengan melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan klinik kecantikan Yafa's Beauty Health & Care. Maka dapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan harga, kualitas produk, lokasi dan minat masyarakat muslim terhadap permintaan produk. Hal ini ditunjukkan dengan perolehan nilai t hitung (X_1) sebesar 4.808 yang menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.808 > 1.66$). uji dua sisi dengan tingkat signifikansi variabel harga sebesar $0,000 < 0,05$, dengan demikian bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan produk klinik kecantikan Yafa's Beauty Health & Care.
2. Hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap permintaan produk. Hal ini ditunjukkan dengan perolehan nilai koefisien kualitas produk (X_2) sebesar 3.220 yang menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.220 > 1,66$) dan uji dua sisi dengan tingkat signifikansi variabel harga sebesar $0,001 < 0,05$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan produk klinik kecantikan Yafa's Beauty Health & Care.
3. Hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan lokasi terhadap permintaan produk. Hal ini ditunjukkan dengan perolehan nilai t hitung (X_3) sebesar 4.523 yang menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.523 > 1.66$). uji dua sisi

dengan tingkat signifikansi variabel harga sebesar $0,000 < 0,05$, dengan demikian bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan produk klinik kecantikan Yafa's Beauty Health & Care.

4. Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan minat masyarakat muslim terhadap permintaan produk. Hal ini ditunjukkan dengan perolehan nilai koefisien minat masyarakat muslim (X4) sebesar 2.013 yang menunjukkan nilai t hitung $< t$ tabel ($2.013 < 1,66$) dan nilai signifikan (0.003) dan uji dua sisi dengan tingkat signifikansi variabel harga sebesar $0,003 < 0,05$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat muslim secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan produk klinik kecantikan Yafa's Beauty Health & Care.
5. Hasil pengujian koefisien determinasi berganda antara variabel harga (X1), kualitas produk (X2), lokasi (X3) dan minat masyarakat muslim (X4) adalah kuat, karena nilai R lebih dari 0,5 maka dapat dikatakan berkorelasi kuat. Dari perhitungan besarnya koefisien determinasi atau adjusted R² adalah 0,625 hal tersebut berarti 62% variabel permintaan produk dipengaruhi oleh harga, kualitas produk, lokasi, minat masyarakat muslim sedangkan sisanya ($100\% - 62\%$) adalah 38% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Berdasarkan pemaparan diatas sudah jelas bahwa hasil penelitian ini menunjukkan adanya harga, pengaruh kualitas produk, lokasi dan minat masyarakat muslim terhadap permintaan produk klinik kecantikan Yafa's Beauty Health & Care.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan bahwa ada pengaruh yang signifikan pada Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi dan Minat Masyarakat Muslim Terhadap Permintaan Produk Yafa's Beauty & Health Care dengan kekuatan sebesar 62%. Penulis mengemukakan saran sebagai berikut :

1. Bagi adik kelas jika ingin melanjutkan penelitian

Penelitian ini bisa dilanjutkan karena datanya bisa diperbaharui menggunakan tahun terbaru dan pengujiannya bisa dilakukan menggunakan uji dan analisis yang berbeda agar mendapatkan hasil yang lebih bervariasi dan lebih akurat.

2. Bagi praktek bisnis

Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh harga, kualitas, lokasi dan minat masyarakat muslim terhadap permintaan produk kecantikan, sehingga dapat menjadi masukan bagi klinik kecantikan Yafa's Beauty & Health Care untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi permintaan produk.