

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh antara kualitas produk, harga dan promosi secara simultan atau bersama-sama terhadap perubahan minat konsumen dari Premium ke Peralite di lihat dari hasil uji  $F_{hitung}$  adalah sebesar 9,063 sementara  $F_{tabel}$  sebesar 2,70. Sementara nilai signifikan yang diperoleh adalah sebesar 0,000 dan nilai  $\alpha = 5\%$  atau 0,05. Ini menunjukkan bahwa  $F_{hitung}$  lebih besar dibandingkan  $F_{tabel}$ , sebaliknya nilai signifikan yang diperoleh lebih kecil dibandingkan nilai  $\alpha$ . Sedangkan secara parsial ada satu variabel yang berpengaruh terhadap perubahan minat oleh konsumen dari Premium ke Peralite yaitu variabel promosi variabel promosi ( $X_3$ ) dengan hasil uji diperoleh nilai  $t_{hitung}$  dari variabel ( $X_3$ ) sebesar 2,025 sementara  $t_{tabel}$  sebesar 1,660, signifikan sebesar 0,050 dan tingkat *alpha* sebesar 5% atau 0,05.
2. Variabel promosi merupakan yang paling dominan dalam mempengaruhi perubahan minat oleh konsumen Premium ke Peralite di Banjarmasin.

## B. Saran-saran

Berdasarkan simpulan di atas, maka penulis mencoba untuk memberi saran terhadap konsumen Peralite di Banjarmasin juga kepada masyarakat lainnya:

1. Secara keseluruhan disimpulkan bahwa kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh terhadap perubahan minat konsumen dari Premium ke Peralite (Y). Maka diharapkan kepada para konsumen untuk tetap konsisten memakai Peralite karena kualitasnya sudah tidak diragukan. Peralite memang lebih baik dari Premium.
2. Kepada pihak Pertamina agar tetap mempertahankan kualitas dari produk dan meningkatkan promosi agar konsumen lebih tertarik untuk beralih ke Peralite.
3. Bagi para peneliti berikutnya, masih banyak kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini sekiranya dapat melakukan penelitian lebih mendalam mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap perubahan minat oleh konsumen yaitu perlu ditambahkan variabel dan meneliti dari sudut pandang yang berbeda. Dan secara parsial variabel harga tidak berpengaruh terhadap perubahan minat konsumen Premium ke Peralite di Banjarmasin, maka di harapkan kepada peneliti selanjutnya dapat mengkaji ulang mengenai variabel harga tersebut. Selain itu dapat pula dengan mengambil objek yang berbeda maupun dengan meneliti variabel lain yang mungkin berpengaruh terhadap perubahan minat konsumen.