

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab V terdiri dari dua subbab. Kedua subbab berisi kesimpulan penelitian dan saran penelitian untuk selanjutnya. Berikut dibawah ini penjelasan terkait dua subbab

V.1 Kesimpulan

Pada bagian ini akan dijelaskan terkait kesimpulan. Kesimpulan didapatkan berdasarkan hasil pengolahan data serta analisis data. Kesimpulan pada penelitian ini akan menjawab rumusan masalah penelitian. Berikut kesimpulan pada penelitian ini

1. Faktor – faktor yang memengaruhi minat beli di *barbershop* dapat dilihat dari nilai *total effect* pengujian *structural model path coefficient*. Faktor yang memengaruhi terdapat empat variabel. Keempat variabel yang dimaksud yaitu variabel harga, promosi, kualitas layanan, dan *word of mouth*. Variabel kualitas layanan serta harga memengaruhi minat beli paling tinggi dibanding faktor lainnya.
2. Berdasarkan hasil analisis dan usulan didapatkan sebanyak 12 usulan yang diberikan. Dua belas usulan terdiri dari dua usulan untuk variabel *word of mouth*, empat usulan untuk variabel promosi, dua usulan untuk variabel harga dan empat usulan untuk variabel kualitas layanan.

V.2 Saran

Pada bagian ini akan dijelaskan terkait saran dari penelitian yang sudah dilakukan. Saran yang diberikan diharapkan dapat membantu untuk penelitian selanjutnya. Berikut saran yang dapat diberikan.

1. Melakukan penelitian faktor lain yang dapat memengaruhi minat beli di *barbershop*.

2. Mempertimbangkan faktor – faktor lain dalam pembuatan usulan seperti biaya dan waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiibah, Nivita Saldyni. "Inilah Tiga Subsektor Industri Kreatif yang Menjadi Unggulan Perekonomian Kreatif". (<https://kumparan.com/soprema-ugm1494294022902/inilah-tiga-subsektor-industri-kreatif-yang-menjadi-unggulan-perekonomian-kreatif>, diakses tanggal 17 Maret 2023)
- Beritagar, "Jumlah Usaha Mikro, kecil, dan Menengah, 2014 – 2019". (<https://lokadata.beritagar.id/chart/preview/jumlah-usaha-menengah-kecil-dan-mikro-2014-2019-1586254692>, diakses tanggal 18 Januari 2023)
- Chin, W. W. (1998). *The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. Modern Methods for Business Research*, 295, 336
- Ferdinand, Augusty. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jelita, Insi Nantika, "Gara – gara Pandemi Covid-19, Diperkirakan 30 Juta UMKM Bangkrut". (<https://mediaindonesia.com/ekonomi/433606/gara-gara-pandemi-covid-19-diperkirakan-30-juta-umkm-bangkrut>, diakses tanggal 20 Januari 2023).
- Hair et al. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM) Second Edition*. United States of America: Sage Publications, Inc.
- Kotler, P. dan Gary Amstrong. (2011). *Principle Of Marketing*, 14th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, P. dan Keller, Kevin L. (2008). *Marketing Management*, 13th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Martilla, J. A. dan James, J. C. (1977). *Importance-Performance Analysis*. The journal of Marketing, 41(1), pp. 77-79

- Nurjanah, Irma. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas, dan Promosi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Untuk Cat Rambut MEREK L'Oreal Di Fanny Salon Cilampeni. Repository Universitas Widyatama.
- Pertiwi, Komang Yulia dan Sukawati, Tjok Gde Raka. (2017). *Brand Image* Memediasi WOM Terhadap Niat Menggunakan *Wedding Service* Di Cahya Dewi Beauty Salon Denpasar. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 6, No. 5.
- Pratiwi, Diza Rahmah dan Wardi, Yunia. (2019). *The Influence of Brand Personality, Service Quality, and Store Atmosphere Toward Repurchase Intention Ethic Barbershop* Padang. Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha, Vol. 1 No. 1.
- Saputra, Hantoro Roy. (2020). Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada *Broad Away Barbershop* Di Surabaya. Jurnal Ekonomi Bisnis Untag Surabaya.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Supadilah. "Peluang Usaha *Barbershop*". (<https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/peluang-usaha-barbershop/>), diakses tanggal 17 Maret 2023)