

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

1. KUD “SEMEN” dalam rangka meningkatkan kualitas hidup anggota dan masyarakat berdasarkan nilai-nilai koperasi, maka pengembangan kegiatan usaha sangat mendukung tercapainya hal tersebut. Diantara unit-unit usaha yang menyentuh langsung kehidupan anggota dan masyarakat adalah sebagai berikut: unit usaha persusuan sapi perah, usaha proses makanan ternak, unit usaha simpan pinjam, unit usaha pertokoan, unit usaha listrik, unit pelayanan kesehatan hewan.
2. Hasil perhitungan memiliki nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,633. Artinya : Persepsi dan *Brand* mempengaruhi minat beli sebesar 63,3% sedang sisanya yaitu 36,7% dipengaruhi oleh variabel lain atau di luar variabel bebas yang tidak diteliti dalam penelitian ini ( $36,7\% > 100\% - 63,3\%$ ).
3. Pada pengujian ini besarnya F hitung sebesar 78,549. Nilai ini lebih besar dari F tabel 3,10 ( $78,549 > 3,10$ ), ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak/ $H_a$  diterima. Artinya : Terhadap pengaruh persepsi dan *Brand* secara simultan terhadap minat beli susu KUD Semen Kabupaten Blitar.
4. Pada pengujian ini besarnya t-hitung sebesar 8,783. Nilai ini lebih besar dari t-tabel 2,000 ( $8,783 > 2,000$ ). Nilai signifikansi sebesar 0,000 ini lebih

kecil dari alpha yaitu 0,05 atau 5%. Hasil ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak/diterima. Artinya : Terdapat pengaruh yang signifikan persepsi terhadap minat beli susu KUD Semen Kabupaten Blitar.

5. Pada pengajuan ini besarnya t-hitung sebesar 2,987. Nilai ini lebih besar dari t-tabel 2,000 ( $2,987 > 2,000$ ). Nilai signifikansi sebesar 0,046 ini lebih kecil dari alpha yaitu 0,05 atau 5%. Hasil ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak / $H_a$  diterima. Artinya : Terdapat pengaruh yang signifikan *Brand* terhadap minat beeli susu KUD Semen Kabupaten Blitar.
6. Hasil penelitian pada regresi ini adalah persepsi dan *Brand mempunyai* pengaruh terhadap minat beli. Model regresi berdasarkan hasil analisis diatas adalah :  $Y = 2,689 + 1,538X_1 + 0,466X_2$

## **B. Saran**

1. Bagi KUD Semen lebih menjaga, meningkatkan dan mengembangkan produk-produknya menjadi lebih bermutu sehingga mendapat tempat dihati konsumen sehingga persepsi konsumen sama dengan kinerja produk yang dibuat. Dengan demikian KUD Semen dipersepsikan bermutu dan baik bagi konsumen.
2. Bagi peneliti berikutnya untuk bisa lebih mengembangkan bahasan dalam penelitian ini yang sudah penulis lakukan yaitu dua variabel bebas dan satu variabel terikat menjadi lebih banyak variabel lagi sehingga berguna bagi ilmu pengetahuan dan masyarakat serta koperasi pada umumnya.