

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan hasil pengujian mengenai pengaruh kualitas produk, cita rasa, harga, kualitas pelayanan, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada UMKM tahu di Kecamatan Bumiayu. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen menilai kualitas produk tahu pada UMKM di Kecamatan Bumiayu sudah baik dari segi tampilan, kebersihan, tekstur, rasa, dan daya tahan produk. Namun, meskipun kualitas produk dipersepsikan baik, hal tersebut tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Cita Rasa tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada UMKM tahu di Kecamatan Bumiayu. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen menilai cita rasa tahu yang dihasilkan UMKM di Kecamatan Bumiayu sudah baik dari segi rasa gurih, tingkat keasinan, serta tekstur. Namun, meskipun cita rasa dipersepsikan baik, hal tersebut tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
3. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada UMKM tahu di Kecamatan Bumiayu. Hal ini menunjukkan bahwa harga tahu pada UMKM di Kecamatan Bumiayu sudah wajar, terjangkau, serta sepadan dengan kualitas produk yang diperoleh. Hal ini

memperlihatkan bahwa harga menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian.

4. Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada UMKM tahu di Kecamatan Bumiayu. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen menilai pelayanan pada UMKM tahu di Kecamatan Bumiayu sudah baik, baik dari segi keramahan, kecepatan, maupun sikap penjual. Namun, meskipun kualitas pelayanan dipersepsikan baik, hal tersebut tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
5. *Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada UMKM tahu di Kecamatan Bumiayu. Hal ini menunjukkan bahwa informasi, rekomendasi, maupun pengalaman yang disampaikan oleh keluarga, teman, atau lingkungan sekitar sangat mempengaruhi keputusan pembelian tahu pada UMKM di Kecamatan Bumiayu. Semakin positif informasi yang diterima, semakin besar pula kecenderungan konsumen untuk membeli produk tersebut.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas terdapat beberapa saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

### **1. Bagi UMKM Tahu di Kecamatan Bumiayu**

#### **a. Kualitas Produk**

UMKM tahu di Kecamatan Bumiayu perlu terus menjaga kualitas produk dengan memastikan bahan baku kedelai yang digunakan selalu segar dan berkualitas. Proses produksi sebaiknya dilakukan secara higienis, mulai dari perendaman, penggilingan, hingga pencetakan

tahu. Untuk semakin meningkatkan daya tarik, pelaku UMKM juga perlu memperhatikan kemasan agar lebih higienis, praktis, dan menarik, sehingga dapat memberikan nilai tambah bagi produk. Dengan menjaga kualitas, higienitas, kehalalan, serta tampilan produk, UMKM tahu di Kecamatan Bumiayu akan lebih mudah membangun kepercayaan konsumen sekaligus memperluas pangsa pasar.

**b. Cita Rasa**

UMKM tahu disarankan untuk menjaga konsistensi cita rasa agar konsumen tidak kecewa dengan produk yang dibeli. Selain itu, inovasi juga dapat dilakukan dengan menciptakan variasi olahan tahu, seperti tahu isi, tahu goreng berbumbu, atau tahu dengan tingkat kekenyalan berbeda sesuai selera konsumen. Seluruh inovasi tersebut tetap harus memperhatikan kehalalan bahan tambahan yang digunakan. Konsistensi cita rasa yang terjaga akan membuat konsumen merasa puas dan termotivasi untuk melakukan pembelian ulang. Dengan adanya inovasi yang sesuai selera pasar, UMKM tahu juga dapat menarik minat konsumen baru serta meningkatkan daya saing.

**c. Harga**

UMKM tahu sebaiknya menetapkan harga yang kompetitif dan sesuai dengan daya beli masyarakat. Strategi promosi seperti paket hemat atau potongan harga untuk pembelian dalam jumlah besar dapat dilakukan agar konsumen semakin tertarik membeli dalam jumlah lebih banyak. Selain itu, penetapan harga yang tepat juga akan membuat konsumen merasa mendapatkan nilai yang sepadan dengan kualitas produk yang ditawarkan. Dengan begitu, UMKM tahu dapat

meningkatkan penjualan sekaligus menjaga loyalitas konsumen di tengah persaingan pasar.

#### **d. Kualitas Pelayanan**

UMKM tahu perlu memberikan pelayanan yang ramah, cepat, dan sopan dalam melayani konsumen. Menjaga kebersihan tempat berjualan dan ketepatan dalam melayani pesanan juga penting agar konsumen merasa nyaman serta memiliki pengalaman positif ketika membeli tahu. Pelayanan yang baik akan menciptakan kesan yang menyenangkan, sehingga konsumen terdorong untuk kembali membeli. Selain itu, sikap profesional dalam melayani dapat meningkatkan citra usaha dan membedakan UMKM dari pesaing.

#### **e. *Word of Mouth***

UMKM tahu dapat mendorong promosi dari mulut ke mulut dengan menjaga kepuasan pelanggan. Konsumen yang puas akan dengan sukarela merekomendasikan produk kepada orang lain. Selain itu, pelaku UMKM dapat memanfaatkan media sosial untuk menampilkan ulasan positif dan testimoni agar promosi lebih luas dan mampu menarik konsumen baru. Strategi ini tidak hanya memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap produk, tetapi juga membantu membangun citra positif UMKM di tengah persaingan. Dengan semakin banyak konsumen yang merekomendasikan, peluang peningkatan penjualan dan loyalitas pelanggan akan semakin besar.

## **2. Bagi Penulis Selanjutnya**

Peneliti berikutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain, seperti promosi, inovasi produk, maupun tingkat kepercayaan konsumen guna memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.