

Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rachman, 2017) yang menyatakan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin terjangkau harga maka dapat meningkatkan keputusan pembelian terhadap produk/ jasa tersebut. Hal ini dapat disimpulkan bahwa harga yang kompetitif dan sesuai dengan nilai produk dapat meningkatkan konsumen untuk melakukan pembelian.

e. Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian

Hasil analisis menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini didukung oleh nilai *t-statistic* sebesar $2.395 > t\text{-tabel } 1.65$ dan *p-value* $0.008 < 0.05$, maka lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk UMKM Darti *Snack*.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Yuliana & Maskur, 2022) yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Sinestesa Coffeeshop Pati. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh (Habiburrahman & Wijaya, 2023) yang menyatakan variabel lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat disimpulkan bahwa lokasi yang strategis dan mudah dijangkau dapat meningkatkan kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan serta hasil pengujian terkait pengaruh variasi produk, kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Variabel variasi produk tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk UMKM Darti *Snack* Desa Winduaji. Meskipun nilai rata-rata indeks variabel variasi produk tinggi, tetapi hasil penelitian menyatakan bahwa variasi produk tetap tidak berpengaruh positif karena terdapat variabel lain seperti kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan lokasi yang memiliki nilai indeks rata-rata lebih tinggi. Jadi, meskipun UMKM Darti *Snack* menawarkan berbagai macam variasi produk, hal tersebut tidak mempengaruhi atau meningkatkan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.
- b. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk UMKM Darti *Snack* Desa Winduaji. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh UMKM Darti *Snack* seperti pelayanan yang dapat diandalkan, respon yang cepat dan pelayanan yang maksimal, maka semakin tinggi pula kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian.
- c. Variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk UMKM Darti *Snack* Desa Winduaji. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas produk yang dihasilkan oleh UMKM Darti

Snack, seperti rasa yang lezat, porsi yang pas, dan produk yang segar, maka semakin tinggi pula kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian.

- d. Variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk UMKM Darti *Snack* Desa Winduaji. Hal ini dapat disimpulkan bahwa harga yang kompetitif dan sesuai dengan nilai produk yang ditawarkan oleh UMKM Darti *Snack*, maka akan semakin tinggi pula kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian.
- e. Variabel lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk UMKM Darti *Snack* Desa Winduaji. Hal ini dapat disimpulkan bahwa lokasi yang strategis, mudah dijangkau, dan memiliki tempat parkir yang luas, maka akan semakin tinggi pula konsumen untuk melakukan pembelian.

2. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan didapatkan sebuah saran sebagai berikut:

A. Bagi UMKM Darti *Snack* Desa Winduaji

a. Variabel Variasi Produk

Walaupun variabel variasi produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk UMKM Darti *Snack* Desa Winduaji, maka disarankan agar UMKM Darti *Snack* lebih fokus pada pengembangan dan peningkatan kualitas produk seperti meningkatkan rasa, menggunakan bahan baku yang lebih segar dan berkualitas, serta meningkatkan tampilan produk agar lebih menggugah selera, sehingga sumber daya dapat digunakan secara lebih efektif dan efisien untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan keputusan pembelian.

b. Variabel Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk UMKM Darti *Snack* Desa Winduaji, maka disarankan agar UMKM Darti *Snack* terus meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara melatih staf untuk memberikan pelayanan yang ramah, responsif, dan profesional, serta memastikan bahwa setiap interaksi dengan konsumen berjalan dengan lancar dan memuaskan, sehingga konsumen merasa dihargai dan puas, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas konsumen, mempertahankan pelanggan lama, dan menarik pelanggan baru melalui reputasi yang baik.

c. Variabel Kualitas Produk

Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk UMKM Darti *Snack* Desa Winduaji, maka disarankan agar UMKM Darti *Snack* terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk dengan cara menggunakan bahan baku yang segar dan berkualitas, serta terus melakukan inovasi dan pengembangan produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen, sehingga konsumen dapat merasakan nilai yang tinggi dari produk yang ditawarkan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan, reputasi, dan pertumbuhan bisnis UMKM Darti *Snack*.

d. Variabel Harga

Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk UMKM Darti *Snack* Desa Winduaji, maka disarankan agar UMKM Darti *Snack* terus mempertimbangkan strategi harga yang sesuai dengan nilai

produk yang ditawarkan, melakukan analisis pasar untuk memahami sensitivitas harga konsumen, serta menawarkan harga yang adil untuk membangun kepercayaan konsumen, sehingga konsumen merasa bahwa produk yang ditawarkan memiliki nilai yang tinggi dan harga yang sesuai, yang pada akhirnya dapat meningkatkan keputusan pembelian UMKM Darti *Snack*.

e. Variabel Lokasi

Lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk UMKM Darti *Snack* Desa Winduaji, maka disarankan agar UMKM Darti *Snack* terus mempertahankan dan meningkatkan visibilitas serta aksesibilitas lokasi usaha dengan cara meningkatkan tampilan fisik lokasi sehingga konsumen dapat dengan mudah menemukan dan mengunjungi tempat usaha, serta meningkatkan potensi penjualan dan pertumbuhan bisnis.

B. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diakui, sehingga peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan variabel tambahan yang lebih inovatif dan mendalam untuk memperkaya hasil penelitian.
- b. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas sampel dan populasi dengan karakteristik yang beragam untuk meningkatkan representasi dan validitas hasil penelitian.