

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang berhasil dihimpun serta hasil analisis mengenai pengaruh harga, kualitas produk, inovasi produk dan *digital marketing* terhadap keputusan pembelian dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk UMKM Getak Tular di Kabupaten Cilacap. Oleh sebab itu, berdasarkan data pada penelitian ini dapat dinyatakan bahwa konsumen tidak menjadikan aspek harga sebagai pertimbangan utama dalam menentukan keputusan pembelian.
2. Kualitas produk terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk UMKM Getak Tular di Kabupaten Cilacap. Hal tersebut menandakan bahwa konsumen menganggap produk UMKM Getak Tular memiliki daya tahan dan bahan baku yang baik, serta mampu memberikan manfaat sesuai fungsinya. Sehingga mampu mengikat minat konsumen dan mempengaruhi mereka dalam mengambil keputusan pembelian.
3. Inovasi Produk terbukti mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk UMKM Getak Tular di Kabupaten Cilacap. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa semakin tinggi tingkat pembaruan dan pengembangan suatu produk, semakin besar pula konsumen untuk menentukan keputusan pembelian.

4. *Digital Marketing* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk UMKM Getak Tular di Kabupaten Cilacap. Dalam hal ini, konsumen lebih menekankan pada pengalaman langsung dan rekomendasi dari orang terdekat. Sehingga peran *digital marketing* bukan faktor utama dalam menentukan keputusan pembelian.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang didapatkan, terdapat beberapa saran yang perlu diperhatikan diantaranya:

1. Bagi UMKM Getak Tular Kabupaten Cilacap

Untuk UMKM Getak Tular Kabupaten Cilacap agar dapat terus berkembang dan tentunya meningkatkan pendapatan dengan memperhatikan aspek-aspek berikut ini:

a. Variabel Harga

Meskipun harga tidak terbukti memengaruhi keputusan pembelian, UMKM Getak Tular tetap perlu menjaga strategi harga yang kompetitif dan sesuai dengan daya beli konsumen. Harga sebaiknya ditetapkan dengan mempertimbangkan nilai produk dan target pasar agar tetap terjangkau namun tetap memberikan keuntungan yang berkelanjutan.

b. Variabel Kualitas Produk

Karena kualitas produk terbukti berpengaruh signifikan, UMKM Getak Tular perlu terus meningkatkan kualitas produk dengan memperhatikan standar teknis produksi, seperti penggunaan bahan baku berkualitas. Selain itu, pengurusan sertifikasi halal dan registrasi BPOM menjadi hal yang cukup penting untuk memperkuat legalitas serta dapat

meningkatkan kepercayaan calon konsumen. Perbaikan pada kemasan dan label yang informatif seperti mencantumkan komposisi dan tanggal kadaluarsa juga perlu dilakukan.

c. Variabel Inovasi Produk

Peneliti menyarankan UMKM Getak Tular untuk selalu berkreasi atau melakukan inovasi secara berkelanjutan, baik dari segi varian rasa, bentuk kemasan, maupun cara penyajian. Inovasi yang relevan dengan kebutuhan konsumen dan tren pasar, akan meningkatkan daya tarik serta membedakan produk tersebut dengan pesaing.

d. Variabel *Digital Marketing*

Walaupun *digital marketing* tidak berpengaruh, UMKM Getak Tular sebaiknya tetap mengoptimalkan penggunaan sosial media dan platform digital untuk meningkatkan *brand awareness*. Strategi konten yang lebih kreatif, interaktif dan terarah kepada target dapat membantu memperluas jangkauan konsumen serta memperkuat citra merek.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna dan memiliki keterbatasan yang perlu diperhatikan. Oleh sebab itu, diharapkan bagi peneliti selanjutnya agar dapat menambahkan variabel lain seperti promosi, *word of mouth* atau *brand image* agar dapat memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai faktor apa saja yang memengaruhi keputusan pembelian. Selain itu, penggunaan metode penelitian yang berbeda juga diharapkan guna menggali lebih dalam motivasi, pengalaman, serta persepsi konsumen terhadap keputusan

pembelian. Disarankan juga bagi peneliti selanjutnya agar melibatkan jumlah responden yang lebih banyak sehingga hasil penelitian lebih representatif dan memiliki validitas serta reliabilitas yang lebih tinggi.