

BAB V

SIMPULAN

5.1. Simpulan

Pada penelitian ini membahas dan menguji pengaruh cita rasa, variasi menu, word of mout dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di UMKM Raja Bolen & Cake di Desa Bendungan, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen. Berdasarkan hasil analisis data dengan cara melakukan analisis menggunakan alat analisis regresi linier berganda serta dengan melakukan penyebaran kuisioner terhadap 100 responden yang hasilnya sudah ada di bab sebelumnya maka data di ambil kesimpulannya sebagai berikut ini

1. Pada pengujian pada variabel pertama di temukan bahwa pada hasil penelitian pada variabel Cita Rasa di temukan bahwa hipotesis 1 (H1) di terima, yang artinya bahwa pada variabel Cita Rasa mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di UMKM Raja Bolen & Cake di desa di Desa Bendungan, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen.
2. Pada pengujian pada variabel ke dua di temukan bahwa pada hasil penelitian pada variabel Variasi Produk di temukan bahwa hipotesis 2 (H2) di terima, yang artinya bahwa pada variabel Variasi Produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di UMKM Raja Bolen & Cake di desa di Desa Bendungan, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen.

3. Pada pengujian pada variabel ke tiga di temukan bahwa pada hasil penelitian pada variabel Word Of Mouth di temukan bahwa hipotesis 3 (H3) di tolak , yang artinya bahwa pada variabel Word Of Mouth tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian di UMKM Raja Bolen & Cake di desa di Desa Bendungan, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen.
4. Pada pengujian pada variabel ke empat di temukan bahwa pada hasil penelitian pada variabel Kualitas Pelayanan di temukan bahwa hipotesis 4 (H4) di terima, yang artinya bahwa pada variabel Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di UMKM Raja Bolen & Cake di desa di Desa Bendungan, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen.
5. Pada hasil penelitian ini menghasilkan bahwa Cita rasa, Variasi Produk, Word Of Mouth dan Kualitas Pelayanan memiliki Pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian di desa di Desa Bendungan, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen.

5.2. Keterbatasan

Pada penelitian ini pastinya tidak ter lepas dari adanya keterbatasan penelitiain ,maka untuk itu semoga dan di harapkan penelitian selanjunya bisa menyempurnaknnya, serta semoga adanya keterbatasan pada penelitian ini dapat di manfaatkan oleh penelitian selanjunya, adapun keterbatan pada penelitian ini yaitu:

1. Dalam penelitian ini belum bisa menjelaskan keseluruhan faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian di UMKM Raja Bolen & Cake di Desa Bendungan, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen. Penelitian ini hanya membahas pada Cita Rasa, Variasi Produk, Word Of Mouth, dan Kualitas Pelayanan.
2. Dalam penelitian ini hanya meneliti 100 data responden konsumen di UMKM di UMKM Raja Bolen & Cake di Desa Bendungan, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen, dan tentunya ada keterbatasan hasilnya.
3. Dalam penelitian ini hanya membahas serta menjelaskan 34,2% keputusan pembelian di UMKM Raja Bolen & Cake di Desa Bendungan, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen yang dipengaruhi oleh Cita rasa, Variasi produk, Word of Mouth dan Kualitas Pelayanan, untuk itu peneliti selanjutnya disarankan untuk mengambil variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

5.3. Implikasi

Dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh Cita rasa, Variasi Produk, Word Of Mouth dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan pada hasil analisis di bab sebelumnya, maka penulis dapat memberikan implikasi praktis dan teoritis yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu :

5.3.1 Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan saran serta masukan untuk pihak yang mempunyai kepentingan dalam penelitian ini yaitu

1. Pada penelitian pertama pada variabel cita rasa menghasilkan bahwa variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada variabel ini nilai tertinggi terdapat pada indikator aroma, maka dari itu, penulis memberikan saran kepada UMKM Raja Bolen & Cake untuk tetap menjaga aroma yang khas dari produk bolen yang di jual serta harus tetap menjaga dan mempertahankan bahan baku bolen yang sama agar produk yang di jual bisa pas dengan selera konsumen saat ini atau pada saat mendatang.
2. Pada penelitian kedua pada variabel Variasi Produk menghasilkan bahwa variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada variabel ini nilai tertinggi terdapat pada indikator harga, maka dari itu, penulis memberikan saran kepada UMKM Raja Bolen & Cake untuk tetap menjaga kualitas rasa dan kualitas produk agar produk yang di jual sesuai dengan kualitas harga yang di berikan dan juga bisa

menambah menu yang sesuai dengan harga seperti paket untuk oleh oleh atau paket untuk acara keluarga.

3. Pada penelitian ketiga pada variabel Word Of Mouth menghasilkan bahwa variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Maka dari itu UMKM Raja Bolen & Cake di harapkan mampu memperbaiki dan meningkatkan srategi konumikasi dari mulut ke mulut dengan cara memberikan program-program seperti potongan harga ketika membeli di hari hari tertentu seperti hari ulang tahun serta meberikan hadiah kepada pelanggan yang membeli produk dengan jumlah banyak.
4. Pada penelitian ke empat pada variabel Kualitas Pelayanan menghasilkan bahwa variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada variabel ini nilai tertinggi terdapat pada indiktator wujud , maka dari itu, penulis meberikan saran kepada UMKM Raja Bolen & Cake untuk tetap menjaga kenyamanan pembeli dengan tetap menjaga kebersihan tempat usaha serta harus tetap menjaga kerapihan berpaikian karyawan agar pembeli setiap ingin membeli akan tetap merasa nyaman selain itu penulis menyarankan agar memper besar ruangan tunggu pembeli serta menambah tempat duduk agar pembeli lebih nyaman

5.3.2 Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian yang sudah dilakukan, maka dari penelitian ini dapat menghasilkan dan memberi kontribusi teoritis sebagai berikut ini:

1. Pengaruh Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian

Pada hasil penelitian ini menghasilkan bahwa variabel Cita rasa memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di UMKM Raja Bolen & Cake di Desa Bendungan, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen. Siti Nuraini et al (2025) menyatakan bahwa “Pertimbangan terpenting ketika memilih sesuatu untuk di makan adalah rasa makannya. Anda mungkin mengira rasa dan rasa adalah hal yang sama namun rasa sebenarnya adalah komponen ras. Flavor merupakan suatu atribut makanan yang meliputi rasa, bau, rasa di mulut, tekstur, suhu, bahkan suara yang dihasilkan saat mengunyah makanan. Rasa adalah kombinasi dari kelima indra seperti rasa, bau, sentuhan, penglihatan, dan suara.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Nuraini, Shmad Rfqi Auliya Rahma dan Ahmad Shohibul Kahfilu R (2024) yang menyatakan bahwa variabel cita rasa berpengaruh positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, serta dapat di

simpulkan bahwa hubungan variabel Cita rasa dengan keputusan pembelian memiliki pengaruh positif dan signifikan.

2. Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian

Pada hasil penelitian ini menghasilkan bahwa variabel Variasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di UMKM Raja Bolen & Cake di Desa Bendungan, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen. Baehaqi (2024) Variasi produk merupakan kondisi terciptanya dari ketersediaan dalam jumlah dan jenis yang memiliki variatif, sehingga menimbulkan banyak pilihan yang dapat di tawarkan penjual kepada pembeli.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang di lakukan Krisna Wibowo dan Mohamad Baehaqi (2024) yang menyatakan bahwa variabel Variasi produk berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Serta peneliti yang di lakukan oleh Mastang Yusuf, Endro Sukotio, dan Nusaban Rommy Sulaiman (2025) menyatakan bahwa variabel Variasi produk berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian, serta dapat di simpulkan bahwa hubungan variabel Cita rasa dengan keputusan pembelian memiliki pengaruh positif dan signifikan.

3. Pengaruh Word Of Mouth terhadap Keputusan Pe,mbelian

Pada hasil penelitian ini menghasilkan bahwa variabel Variasi produ memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap keputusan pembelian di UMKM Raja Bolen & Cake di Desa Bendungan, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen. Menurut Husna and Nurainun (2022) *Word Of Mouth* merupakan komunikasi dari mulut ke mulut tentang pandangan atau penilaian terhadap suatu produk atau jasa, baik secara individu maupun kelompok yang bertujuan untuk memberikan informasi secara personal serta *Word Of Mouth* menjadi salah satu strategi yang efektif di dalam keputusan konsumen dalam menggunakan produk atau jasa dan *Word Of Mouth* dapat membangun rasa kepercayaan para pelanggan.

Hasil penelitian ini kurang sejalan dengan penelitian yang di lakukan Agung Yanati Nigrum, Yayuk Indah Wahyuning Tyas, dan Aan Sulaiman (2023) yang menyatakan bahwa variabel word Of Mouth berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Serta peneliti yang di lakukan oleh Asmaul Husna dan Nuraini (2023) menyatakan bahwa variabel word of Mouth berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian Perbedaan hasil penelitian ini mungkin disebabkan oleh banyak faktor seperti perbedaan kondisi pasar, karakteristik konsumen dan juga tingkat

efektifitas komunikasi antara konsumen pada suatu objek penelitian.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Pada hasil penelitian ini menghasilkan bahwa variabel Variasi produ memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kehadap keputusan pembelian di UMKM Raja Bolen & Cake di Desa Bendungan, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen. Menurut Menurut Akbar (2024) kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk yang istimewa dari suatu produk atau pelayanan yang dapat memberikan kemampuan dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan masyarakat. dan juga mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tindakan atau kegiatan yang dapat di tawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang di lakukan Akbar (2024) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan mampu memenuhi dkebutuhan dan keinginan konsumen sehigga bisa mendorong terjadinya keputusan pembelian.variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Serta penelitin yang di lakukan oleh Muhammad Ali Kbar (2024) menyatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh

secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian, serta dapat di simpulkan bahwa hubungan variabel Cita rasa dengan keputusan pembelian memiliki pengaruh positif dan signifikan.

