

## **BAB V**

### **SIMPULAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh simpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya variabel citra merek tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti citra merek tidak mempengaruhi keputusan pembelian. Semakin tinggi citra merek maka tidak mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat kebumen pada lanting oven kebumen.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya variabel inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti inovasi produk mampu mempengaruhi keputusan pembelian. Semakin baik inovasi produk maka semakin tinggi keputusan pembelian masyarakat kebumen pada lanting oven kebumen.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya variabel desain kemasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti desain kemasan mampu mempengaruhi keputusan pembelian. Semakin tinggi desain kemasan maka semakin tinggi keputusan pembelian masyarakat kebumen pada lanting oven kebumen.
4. Hasil uji f membuktikan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari inovasi produk dan desain kemasan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

## 5.2 Keterbatasan

Penelitian yang dilaksanakan ini mempunyai keterbatasan, oleh karena itu keterbatasan ini perlu diperhatikan untuk peneliti – peneliti selanjutnya, keterbatasan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat kebumen apabila penelitian ini dilakukan kembali pada objek yang berbeda maka kemungkinan hasil di dalam penelitian selanjutnya pun akan berbeda.
2. Penelitian ini terbatas pada citra merek, inovasi produk dan desain kemasan.
3. Penelitian ini menggunakan metode survei melalui pengisian kuesioner, sehingga jawaban responden bersifat objektif dan kemungkinan terdapat adanya data yang biasa, akibat responden mengisi kuesioner secara sembarangan maupun pengisian yang kurang jujur
4. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara dan studi pustaka.

## 5.3 Implikasi

### 5.3.1 Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran bagi pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini antara lain :

1. Telobar Foods sebaiknya terus menjaga nama baik perusahaan, dan juga terus menawarkan variasi produk yang sebanyak

mungkin dengan kualitas yang sesuai dengan harapan konsumen maka akan meningkatkan keputusan pembelian pada konsumen terhadap lanting oven kebumen.

2. Telobar Foods harus selalu memperhatikan inovasi produknya , seperti malakukan terobosan dari segi varian menunya maupun segi rasanya sehingga konsumen bebas memilih serta meningkatkan pembelian lanting oven kebumen yang dilakukan oleh konsumen
3. Telobar Foods harus tetap menjaga kualitas desain produknya seperti memperhatikan bahan baku kemasan, percetakan kemasannya, menjaga kualitas kemasan, maka dapat meningkatkan keputusan pembelian lanting oven kebumen.

### **5.3.2 Implikasi Teoritis**

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan pada bab-bab terdahulu maka hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi implikasi teoritis sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa citra merek berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dwi Agung Wicaksono, Hadi Sumarsono, Adi Santoso (2019) telah melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Citra Merek (Brand Image), Kualitas Produk, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Batik Mukti” yang

menyatakan bahwa citra merek berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Elizabeth Tika Kristina Hartuti, Umi Nariawati, Azhar Affandi, Sidik Priadana, Heri Erlangga (2022) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Inovasi Produk dan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian serta Implikasinya pada Citra Perusahaan UMKM Makanan Tradisional Getuk Goreng di Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah”.
3. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa desain kemasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh dan penelitian yang dilakukan oleh Tommy Kurniawan Njoto (2016) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Desain Kemasan, Cita Rasa, Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bumi Anugerah” penelitian tersebut menyatakan bahwa desain kemasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.