

BAB V

SIMPULAN

5.1. Simpulan

Penelitian ini menguji pengaruh Inovasi Produk, Kepercayaan Merek, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian roti di Cinta Rasa Kebumen. Adapun subjek dari penelitian ini adalah masyarakat Kebumen yang sudah pernah membeli minimal satu kali di Cinta Rasa Kebumen. Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan alat analisis regresi linier berganda dan pembahasan hasil penelitian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan beberapa hal dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Inovasi Produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada produk Roti di Cinta Rasa Kebumen.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kepercayaan Merek mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada produk Roti di Cinta Rasa Kebumen.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada produk Roti di Cinta Rasa Kebumen.
4. Dari hasil Uji F dalam penelitian ini menunjukkan angka F_{hitung} sebesar 25,803 dengan nilai signifikansi 0,000 karena nilai F_{hitung} sebesar 25,803 > F_{tabel} sebesar 2,70 dan dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa Inovasi Produk, Kepercayaan Merek, dan

Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh simultan terhadap Keputusan Pembelian roti di Cinta Rasa Kebumen.

5.2. Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan dan kekurangan antara lain sebagai berikut :

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan literatur hasil penelitian sebelumnya yang penulis dapatkan sehingga mengakibatkan lemahnya hasil dan analisis yang diperoleh.
2. Penelitian ini memiliki keterbatasan atas waktu, biaya dan tenaga hal ini mengakibatkan kurang maksimalnya hasil yang didapatkan.
3. Penelitian ini memiliki keterbatasan terhadap pengetahuan penulis dalam penyusunan tulisan ini.
4. Penelitian ini hanya menggunakan 100 responden sehingga data yang didapatkan kurang maksimal.

5.1. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat dikemukakan implikasi secara praktis dan teoritis sebagai berikut :

5.3.1 Implikasi Praktis

Bedasarkan hasil temuan penelitian yang dibahas pada bab sebelumnya, penulis mengharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dalam menentukan perencanaan yang akan diimplikasikan kemudian hari agar dapat menjadikan Roti Cinta Rasa Kebumen prioritas konsumen dalam menentukan pembelian.

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Roti Cinta Rasa di Kebumen. Oleh karena itu, penulis menyarankan kepada produsen agar terus melakukan inovasi produk supaya konsumen terus merasa disegarkan dan tidak menimbulkan kesan monoton. Dengan melakukan inovasi produk yang disesuaikan dengan minat konsumen, konsumen akan merasa diperhatikan sehingga konsumen akan merasa terikat dan akan selaras dengan kuantitas pembelian.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kepercayaan Merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Roti di Cinta Rasa Kebumen. Berdasarkan hal tersebut penulis menyarankan kepada produsen untuk melakukan peningkatan kualitas mutu produk. Dengan meningkatkan kualitas mutu yang didasarkan pada minat konsumen maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen.
3. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan hasil menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Roti di Cinta Rasa Kebumen. Dengan hasil tersebut penulis menyarankan kepada produsen Cinta Rasa Kebumen agar ditingkatkan fasilitas pendukung seperti ruang tunggu, toilet yang bersih serta pegawai yang selalu memperhatikan konsumen akan membuat konsumen merasa puas

dengan layanan yang diberikan dalam memenuhi kebutuhan konsumen, sehingga dapat menjadikan Cinta Rasa Kebumen sebagai pilihan utama untuk membeli roti.

4. Diharapkan bagi pengusaha untuk terus melakukan inovasi produk untuk dapat terus bertahan. Hal tersebut supaya Masyarakat tidak merasakan kebosanan pada produk yang telah ada.
5. Bagi peneliti selanjutnya peneliti hanya mengambil variabel inovasi produk, kepercayaan merek, kualitas layanan dan keputusan pembelian perlu penambahan atau mengganti variabel-variabel lain yang lebih spesifik yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

5.3.2 Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, maka penelitian ini dapat memberikan kontribusi implikasi teoritis sebagai berikut :

1. Inovasi Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Roti di Cinta Rasa Kebumen. Sehingga penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Almira Veda Islamey dan Ali Maskur (2023), yang menyatakan bahwa inovasi produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.

2. Kepercayaan Merek berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Roti di Cinta Rasa Kebumen. Sehingga penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Agung Arif Gunawan dan Agung Edy Wibowo (2020), yang menyatakan bahwa Kepercayaan Merek berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.
3. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Roti di Cinta Rasa Kebumen. Sehingga penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022), yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Akan tetapi penelitian yang dilakukan oleh Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzuddin, A memiliki hasil yang berbeda, dengan hal ini penulis menyarankan untuk adanya penelitian lebih lanjut agar terjadinya hasil yang lebih konsisten.