

BAB V

SIMPULAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data kusioner mengenai *Food Quality*, varian produk dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian BreadLin Bakery di Kebumen dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *food quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian BreadLin Bakery di Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukkan semakin baik kualitas produk maka Keputusan Pembelian terhadap produk BreadLin Bakery di Kebumen akan semakin meningkat.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Varian Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian BreadLin Bakery di Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi Varian Produk dalam memberikan dorongan kepada konsumen maka Keputusan Pembelian BreadLin Bakery di Kebumen akan semakin meningkat.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Word Of Mouth* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian BreadLin Bakery di Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa word of mouth dalam penelitian ini tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di BreadLin Kebumen.
4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel *Food Quality*, varian produk dan *Word Of Mouth* mempunyai pengaruh positif secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pembelian pada BreadLin di Kabupaten Kebumen. Artinya ketiga variabel dalam penelitian ini sangat penting untuk meningkatkan keputusan pembelian pada BreadLin Bakery di Kabupaten Kebumen.

5.2 Keterbatasan

Penelitian ini dilakukan sesuai dengan prosedur ilmiah namun masih memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini terbatas pada variabel *Food Quality*, Varian Produk dan *Word Of Mouth* terhadap keputusan pembelian pada BreadLin Bakery di Kabupaten Kebumen.
2. Variabel yang diteliti masih dirasa belum cukup untuk mengukur faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, sehingga untuk penelitian lebih lanjut perlu menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti kualitas pelayanan, promosi, kepuasan pelanggan dan inovasi produk.

5.3. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti memberikan beberapa implikasi terhadap pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian yaitu sebagai berikut:

5.3.1 Implikasi Praktis

Berdasarkan atas temuan penelitian yang dibahas pada bab sebelumnya. Maka ada beberapa implikasi praktis sesuai dengan yang dapat diberikan sebagai masukan bagi manajemen perusahaan BreadLin Bakery yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa *Food Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada BreadLin Bakery di Kabupaten Kebumen. Oleh karena itu, manajemen BreadLin Bakery perlu mempertahankan kualitas produk dan meningkatkan kualitas produk secara konsisten dengan penggunaan bahan baku yang berkualitas, penerapan standar operasional prosedur (SOP) pada setiap tahapan produksi, pengawasan kualitas produk sebelum dipasarkan, dan pemeliharaan kebersihan dan kesegaran produk. Selain itu, manajemen perlu melakukan

evaluasi kualitas produk secara berkala berdasarkan masukan konsumen sebagai dasar perbaikan produk supaya kualitas yang dihasilkan tetap sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

2. Penelitian ini menunjukkan bahwa Varian Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada BreadLin Bakery di Kabupaten Kebumen. Bagi konsumen banyaknya varian produk memberikan alternatif pilihan bagi konsumen sehingga mempengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu, BreadLin Bakery perlu terus melakukan inovasi dan pengembangan produk dengan memberikan berbagai pilihan rasa, bentuk, ukuran, maupun jenis produk yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen. Selain itu, manajemen perlu mengevaluasi kinerja penjualan setiap varian produk secara berkala untuk mengidentifikasi produk yang diminati konsumen serta menentukan produk yang perlu dikembangkan atau diperbarui.
3. Penelitian ini menunjukkan bahwa *word of mouth* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada BreadLin Bakery di Kabupaten Kebumen.. Meskipun demikian, manajemen BreadLin Bakery perlu mempertahankan kualitas produk dan meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen memperoleh pengalaman pembelian yang memuaskan. Selain itu, manajemen dapat memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dengan menyampaikan informasi mengenai produk baru, program promosi, dan aktivitas perusahaan secara konsisten. Manajemen juga dapat mendorong konsumen untuk memberikan ulasan dan membagikan pengalaman positif setelah melakukan pembelian sehingga citra positif perusahaan tetap terjaga dan informasi mengenai produk dapat menjangkau konsumen yang lebih luas.

5.3.2 Implikasi Teoritis

1. Pengaruh Food Quality terhadap keputusan pembelian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Food Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada BreadLin Bakery di Kabupaten Kebumen. Temuan ini menunjukkan bahwa *food quality* merupakan salah satu faktor penting yang dipertimbangkan konsumen dalam melakukan pembelian. Konsumen cenderung memilih produk yang memiliki cita rasa yang baik, tingkat kesegaran yang terjaga, tekstur yang sesuai.

Dalam proses pembelian, para konsumen tidak hanya mencari informasi tentang produk saja, namun konsumen mencari kualitas produk yang diberikan oleh perusahaan, hal ini dapat menjelaskan bahwa *food quality* memiliki hubungan langsung dengan keputusan pembelian. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan Maesaroh, (2023) yang mengungkapkan bahwa *food quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Varian Produk terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Varian Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada BreadLin Bakery di Kabupaten Kebumen. Semakin banyak keberagaman produk yang ditawarkan memberikan lebih banyak pilihan kepada konsumen sesuai dengan kebutuhan, selera, dan preferensi masing-masing sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian. Banyaknya varian produk yang ada di BreadLin mampu memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan Sukotjo & Suleman, (2025) yang mengungkapkan bahwa varian produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Pengaruh *Word Of Mouth* terhadap keputusan pembelian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Word of Mouth* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada BreadLin Bakery di Kabupaten Kebumen. Hal ini mengindikasikan bahwa WOM yang terjadi di kalangan konsumen belum mampu mendorong peningkatan keputusan pembelian. Dalam penelitian ini, konsumen kemungkinan lebih mengutamakan pengalaman pribadi atau preferensi pribadi dalam menilai kualitas dan variasi produk dibandingkan informasi atau rekomendasi yang diperoleh dari pihak lain.

Word of Mouth merupakan bentuk komunikasi antar individu yang berisi informasi, rekomendasi, atau pengalaman mengenai suatu produk atau jasa yang dapat memengaruhi sikap dan perilaku konsumen. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh *Word of Mouth* tidak selalu bersifat positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat terjadi karena konsumen memiliki tingkat kepercayaan yang berbeda terhadap sumber informasi yang diterima. Selain itu, perkembangan teknologi dan media digital memungkinkan konsumen memperoleh informasi produk dari berbagai sumber lain, sehingga rekomendasi dari orang lain tidak lagi menjadi satu-satunya dalam pengambilan keputusan pembelian. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan Millah dan Sujani (2024), yang menyatakan bahwa *Word of Mouth* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian."