

BAB V

SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di analisis, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian daging *slice* di Ngemeats.yuk Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk tidak mampu meningkatkan keputusan pembelian.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian daging *slice* di Ngemeats.yuk Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa *word of mouth* mampu meningkatkan keputusan pembelian
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel varian produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian daging *slice* di Ngemeats.yuk Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa varian produk mampu meningkatkan keputusan pembelian
4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, *word of mouth* dan varian produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian daging *slice* di Ngemeats.yuk Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari kualitas produk, *word of mouth* dan

varian produk secara bersama-sama mampu meningkatkan keputusan pembelian.

5.2. Keterbatasan

Keterbatasan dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Penelitian ini menjelaskan bahwa keputusan pembelian daging *slice* di Ngemeats.yuk yang dijelaskan oleh variabel kualitas produk, *word of mouth* dan varian produk memiliki presentase sebesar 48,6%. Disarankan untuk peneliti selanjutnya agar supaya mengambil variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini, karena masih terdapat 51,4% yang mempengaruhi keputusan pembelian daging *slice* di Ngemeats.yuk.
2. Penelitian ini hanya dilakukan pada daging *slice*, maka disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian yang berbeda jenis atau produk.
3. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal akses literatur, yaitu terbatas pada buku yang ada pada Perpustakaan Universitas Putra Bangsa. Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk menambah referensi sebagai sumber rujukan dalam menulis.
4. Penelitian ini hanya menggunakan 100 responden sehingga data data yang di dapatkan kurang maksimal.

5.3. Implikasi

5.3.1 Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka

peneliti memberikan saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini antara lain :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian daging *slice* di Ngemeats.yuk Kebumen. Oleh karena itu, peneliti menyarankan pihak Ngemeats.yuk untuk meningkatkan kualitas pada produk daging *slice* dengan cara menjaga kebersihan daging *slice* dan memperhatikan waktu penyimpanan daging *slice* agar kualitas daging *slice* tetap segar saat di pasarkan, sehingga tidak menurunkan kualitas produk daging *slice* itu sendiri.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian daging *slice* di Ngemeats.yuk Kebumen. Oleh karena itu, peneliti menyarankan pihak Ngemeats.yuk untuk meningkatkan pelayan dan memberikan informasi yang positif tentang produk produk yang ada di Ngemeats.yuk Kebumen.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa varian produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian daging *slice* di Ngemeats.yuk Kebumen. Oleh karena itu, peneliti menyarankan kepada pihak Ngemeats.yuk Kebumen untuk terus melakukan inovasi untuk menambah varian produk supaya menjadi toko daging *slice* terlengkap di Kabupaten

Kebumen.

5.3.2 Implikasi Teoritis

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

1. Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian daging *slice* di Ngemeats.yuk. Sehingga penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Marantika, W., & Sarsono, S. (2020) yang menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. *Word of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian daging *slice* di Ngemeats.yuk. Sehingga penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Apriliya, L (2016) yang menyatakan bahwa *Word of Mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
3. Varian Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian daging *slice* di Ngemeats.yuk. Sehingga penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Suhardi, Y., Zulkarnaini, Z., Burda, A., Kustantina, K., & Darmawan, A. (2022) yang menyatakan bahwa varian produk berpengaruh

terhadap keputusan pembelian.

