

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, inovasi produk, dan harga terhadap keputusan pembelian produk keripik pisang Zanara pada masyarakat Kota Ngawi, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk keripik pisang Zanara. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang dirasakan konsumen, maka semakin tinggi pula minat beli konsumen terhadap keripik pisang Zanara. Dengan demikian, hipotesis pertama diterima.
2. Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk keripik pisang Zanara. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik inovasi yang dilakukan, seperti pengembangan varian rasa, kemasan, maupun penyempurnaan produk, maka semakin tinggi pula minat beli konsumen. Dengan demikian, hipotesis kedua diterima.
3. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk keripik pisang Zanara. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin sesuai persepsi konsumen terhadap keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, daya saing harga, dan manfaat yang diperoleh, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen. Dengan demikian, hipotesis ketiga diterima.

4. Kualitas produk, inovasi produk, dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk keripik pisang Zanara. Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas produk, inovasi produk yang berkelanjutan, serta penetapan harga yang sesuai mampu meningkatkan keputusan pembelian masyarakat Kota Ngawi terhadap produk keripik pisang Zanara. Dengan demikian, hipotesis keempat diterima.

B. Implikasi Penelitian

1. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini memberikan dukungan terhadap *Theory of Planned Behavior (TPB)* yang dikemukakan oleh (Ajzen, 1991) yang menjelaskan bahwa minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*).

Dalam penelitian ini, kualitas produk dan inovasi produk berperan dalam membentuk sikap positif konsumen terhadap keripik pisang Zanara. Semakin baik kualitas produk dan inovasi yang dirasakan, maka semakin positif sikap konsumen terhadap produk sehingga mendorong meningkatnya keputusan pembelian. Sementara itu, harga berkaitan dengan persepsi kontrol perilaku, di mana harga yang terjangkau dan sesuai dengan manfaat yang diterima akan meningkatkan keyakinan

konsumen bahwa mereka mampu membeli produk tersebut. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat relevansi *Theory of Planned Behavior* dalam menjelaskan terbentuknya keputusan pembelian konsumen pada produk makanan ringan, khususnya keripik pisang Zanara.

2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini memberikan masukan bagi pemilik keripik pisang Zanara maupun pelaku UMKM sejenis dalam menyusun strategi pemasaran agar mampu meningkatkan minat beli konsumen. Berdasarkan hasil penelitian, beberapa langkah yang dapat dilakukan antara lain sebagai berikut.

- a. Meningkatkan kualitas produk, dengan menjaga konsistensi rasa, kerenyahan, kualitas bahan baku, daya tahan produk, serta meningkatkan kualitas kemasan agar tetap menarik dan mampu melindungi produk selama penyimpanan.
- b. Melakukan inovasi produk secara berkelanjutan, seperti menambah varian rasa baru, menyediakan berbagai ukuran kemasan sesuai kebutuhan konsumen, memperbaiki desain kemasan, serta mengikuti perkembangan selera pasar agar produk tetap memiliki daya saing.
- c. Menetapkan harga yang kompetitif, yaitu harga yang tetap terjangkau oleh konsumen, sesuai dengan kualitas produk, mampu bersaing dengan produk sejenis, serta memberikan manfaat yang sebanding dengan biaya yang dikeluarkan konsumen sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut.

1. Bagi keripik pisang Zanara

Keripik pisang Zanara disarankan untuk terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk, baik dari segi cita rasa, kualitas bahan baku, maupun kemasan produk. Selain itu, pelaku usaha perlu terus melakukan inovasi produk sesuai kebutuhan konsumen serta menetapkan harga yang kompetitif agar mampu meningkatkan keputusan pembelian dan mempertahankan loyalitas konsumen di tengah persaingan usaha makanan ringan.

2. Bagi Konsumen

Konsumen diharapkan dapat memberikan masukan dan saran kepada pelaku usaha mengenai kualitas produk, inovasi produk, maupun harga yang ditawarkan. Umpan balik tersebut dapat menjadi bahan evaluasi bagi keripik pisang Zanara dalam melakukan perbaikan dan pengembangan produk sehingga mampu memenuhi harapan konsumen secara optimal.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang diduga memengaruhi minat beli, seperti promosi, citra merek, kualitas pelayanan, kepercayaan konsumen, kepuasan konsumen, atau digital marketing. Selain itu, penelitian juga dapat dilakukan pada objek, wilayah penelitian, maupun jumlah responden

yang lebih luas sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen.