

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan :

1. Berdasarkan hasil penelitian, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM Jerangking Mirasa di Kabupaten Magetan.
2. Berdasarkan hasil penelitian, *Electronic Word Of Mouth* (e-WOM) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM Jerangking Mirasa di Kabupaten Magetan.
3. Berdasarkan hasil penelitian, Kualitas Produk berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Kepuasan Kosumen pada UMKM Jerangking Mirasa di Kabupaten Magetan.
4. Berdasarkan hasil penelitian, *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada UMKM Jerangking Mirasa di Kabupaten Magetan
5. Berdasarkan hasil penelitian, Keputusan Pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
6. Berdasarkan hasil penelitian, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Konsumen.
7. Berdasarkan hasil penelitian, *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Konsumen.

B. Implikasi

1. Implikasi Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya berkaitan dengan kualitas produk, *electronic word of mouth* (e-WOM), keputusan pembelian, kepuasan konsumen. Secara teoritis, temuan ini dapat memperkuat konsep bahwa konsumen cenderung melakukan pembelian ketika memperoleh persepsi positif terhadap kualitas produk serta informasi yang diterima melalui media digital. Penelitian ini juga memperkaya literatur mengenai pemasaran pada sektor UMKM, khususnya produk makanan tradisional, dengan menunjukkan bahwa keputusan pembelian memiliki peran penting sebagai variabel mediasi dalam menciptakan kepuasan konsumen.

2. Praktisi

Hasil penelitian ini memberikan panduan bagi pengelola UMKM Jerangking Mirasa dalam menyusun strategi pemasaran dan pengembangan usaha. Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa kualitas produk dan *electronic word of mouth* dapat mempengaruhi kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian, maka pengelola perlu untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk, memanfaatkan e-WOM secara lebih optimal sebagai sarana promosi, meningkatkan aktivitas pemasaran digital melalui berbagai platform media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan WhatsApp Business. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan

pembelian memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen. dengan demikian, pengelola perlu memastikan bahwa konsumen memperoleh informasi yang jelas mengenai produk.

C. Saran

1. Bagi peneliti selanjutnya penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan e-WOM tidak berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, disarankan untuk mengkaji variabel mediasi atau variabel lain yang dapat menjembatani pengaruh tersebut, seperti kepercayaan konsumen, nilai yang dirasakan (*perceived value*), atau loyalitas pelanggan.
2. Bagi penelitian ini hanya dilakukan pada satu UMKM, sehingga peneliti berikutnya disarankan untuk melakukan studi pada beberapa UMKM tradisional lain agar hasilnya dapat digeneralisasikan secara lebih luas.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan *electronic word of mouth* (e-WOM) tidak berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan konsumen, namun dapat memengaruhi kepuasan melalui keputusan pembelian. Oleh karena itu, pengelola UMKM Jerangking Mirasa disarankan untuk terus meningkatkan kualitas produk serta memperluas media sosial seperti Tiktok, Instagram dan media sosial lainnya guna mendorong keputusan pembelian konsumen. Semakin tinggi keputusan pembelian yang dilakukan konsumen, maka peluang terciptanya kepuasan konsumen juga akan semakin besar.