

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan analisis PLS untuk menguji pengaruh kualitas produk, harga, dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian kotak rokok UMKM di Jombang, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian kotak rokok UMKM Jombang. Semakin baik kualitas produk yang ditawarkan, seperti kesesuaian spesifikasi yang ditawarkan tahan, fungsi, maka semakin besar pula dorongan konsumen untuk melakukan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa kesesuaian produk dengan spesifikasi yang ditawarkan merupakan indikator kualitas produk yang menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen.
2. Harga memiliki pengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian kotak rokok UMKM Jombang. Artinya, harga bukanlah faktor utama dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Selama produk memiliki kualitas yang baik dan inovasi yang sesuai dengan kebutuhan, konsumen tetap bersedia membeli meskipun harga tidak terlalu murah.
3. Inovasi Produk memberikan pengaruh positif paling kuat dan signifikan terhadap keputusan pembelian kotak rokok UMKM Jombang. Indikator inovasi

produk yang memiliki nilai faktor loading tertinggi yaitu rancangan desain produk. Rancangan desain produk serta menjadi daya tarik utama yang membuat konsumen semakin yakin untuk melakukan keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa rancangan desain produk yang ditawarkan merupakan indikator inovasi produk yang menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, maka ditemukan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan, yaitu:

1. Dari analisis variabel kualitas produk, menunjukkan bahwa indikator yang memiliki nilai faktor loading tertinggi yaitu kesesuaian dengan spesifikasi. Oleh karena itu, UMKM kotak rokok di Jombang disarankan untuk terus meningkatkan serta menjaga kualitas produk khususnya yang berhubungan dengan spesifikasi produk yang dijanjikan agar konsumen tidak merasa kecewa dengan produk kotak rokok yang mereka dapatkan, serta mendorong dan meningkatkan keputusan pembelian konsumen.
2. Dari analisis variabel harga, diketahui bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Walaupun demikian, UMKM tetap perlu menjaga harga pada tingkat kompetitif agar konsumen merasa mendapatkan nilai yang sepadan dengan kualitas dan inovasi yang ditawarkan.
3. Dari analisis variabel inovasi produk, hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi memiliki kontribusi paling besar terhadap keputusan pembelian, khususnya pada indikator rancangan desain produk. Oleh karena itu, UMKM kotak rokok di

Jombang disarankan untuk terus melakukan inovasi dalam bentuk penambahan desain yang menyesuaikan dengan tren pasar, maupun layanan custom desain sesuai permintaan konsumen. Hal ini akan menjadi nilai tambah yang dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

4. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti promosi, *brand image*, dan kepuasan konsumen, karena faktor-faktor tersebut berpotensi memengaruhi keputusan pembelian di luar kualitas produk, harga, dan inovasi.