

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat diperoleh kesimpulan berdasarkan hipotesis sebagai berikut:

1. Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk minuman herbal UMKM Romolo Bestfood. Berdasarkan rekapitulasi data kuesioner, indikator yang memperoleh nilai rata-rata tertinggi yaitu variasi harga sesuai ukuran produk dan harga produk yang ditawarkan sesuai harapan saya. Dan indikator yang memperoleh nilai terendah yaitu harga relatif lebih ekonomis dibanding pesaing. Selain itu hasil uji pengaruh harga (X_1) secara parsial mempengaruhi variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 27,78%.
2. Variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk minuman herbal UMKM Romolo Bestfood. Berdasarkan rekapitulasi data kuesioner, indikator yang memperoleh nilai rata-rata paling tinggi yaitu mengikuti kegiatan sosialisasi (bazar) dalam mengenalkan produk. Dan indikator yang memperoleh nilai terendah yaitu promosi dengan menggunakan brosur. Selain itu hasil uji pengaruh promosi (X_2) secara parsial mempengaruhi variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 14,12%.
3. Variabel harga (X_1) dan promosi (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk minuman herbal UMKM Romolo Bestfood. Berdasarkan hasil rekapitulasi data kuesioner, indikator yang memperoleh nilai rata-rata paling tinggi yaitu produk yang dijual tidak ada di toko lain dan informasi mengenai produk mudah didapat. Dan indikator yang memperoleh nilai terendah yaitu bertanya kepada teman/ kerabat sebelum membeli produk. Selain itu hasil Uji F harga (X_1) dan promosi (X_2) secara simultan mempengaruhi variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 41,9% dan jika dibulatkan menjadi 42%.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian diatas, maka saran-saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Dinas Koperasi dan UKM, hendaknya pemerintah segera *take action* dalam upaya membantu pengembangan UMKM dengan cara :
 - Meningkatkan pembinaan dan pelatihan dalam mengasah kreatifitas sumber daya produktif agar lebih berinovasi dalam menghasilkan suatu produk
 - Memberikan pelatihan *digital marketing* kepada pelaku UMKM hal ini bertujuan agar mereka dapat memanfaatkan ekonomi digital, sehingga dapat menambah pengetahuan pelaku UMKM dalam hal pemanfaatan media sosial dan media digital lainnya. Dengan kegiatan tersebut pelaku UMKM dapat mempromosikan usaha nya lebih baik lagi.
2. Bagi UMKM Romolo Bestfood :
 - Sebaiknya menetapkan harga yang terjangkau untuk kalangan menengah kebawah karena Romolo Bestfood berada di lingkungan atau daerah dengan mayoritas penduduk berpendapatan menengah kebawah. Harga yang ditetapkan oleh Romolo Bestfood pun sebaiknya tidak terlalu tinggi dengan pesaing dan tidak terlalu rendah dengan pesaing sehingga harga yang ditetapkan Romolo Bestfood dapat bersaing dengan produk pesaingnya. Dan harga yang ditetapkan harus dapat mempertahankan serta menyesuaikan harga dengan porsi produk yang diberikan, karena konsumen sebagian besar berpendapatan menengah kebawah.
 - Sebaiknya Romolo Bestfood membuat brosur yang informatif. Selain itu juga dapat membuat iklan di media sosial (misalnya instagram, youtube, dll) atau berita-berita online (misalnya detik.com). Serta dapat menjadi sponsor dalam acara tertentu agar produk Romolo Bestfood dapat dikenal lebih luas oleh konsumen.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menjadi bahan rujukan untuk peneliti selanjutnya, selain itu sebaiknya melakukan penelitian pada variabel lain yang lebih berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.