

## **BAB 5**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan kepada konsumen produk UMKM Eceng Gondok. Mengenai Ragam Produk, Harga, Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen untuk UMKM Kerajinan Eceng Gondok di Kota Surabaya, dapat ditarik kesimpulan bahwa :

Ragam Produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli Konsumen, hasil dari responden bahwa indikator keenam Ragam Produk UMKM Kerajinan Eceng Gondok yaitu sesuai dengan Gaya dan Desain produk yang menyatakan responden setuju akan desain dan keindahan produk dari UMKM Eceng Gondok sangat menarik. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Liza Fitriyani pada penelitiannya yang berjudul *Pengaruh Store Atmosphere Cafeteria, Variasi Produk, dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Food Coma Daily Cafeteria)* yang menyebutkan bahwa variabel Variabel Variasi Produk signifikan terhadap Minat Beli Konsumen.

Harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli Konsumen, hasil dari responden bahwa indikator kedua yaitu Harga yang diberikan oleh UMKM Kerajinan Eceng Gondok sesuai dengan Kualitas produk yang menyatakan responden setuju dengan harga yang diberikan oleh UMKM Kerajinan Eceng Gondok sesuai dengan kualitas produk. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ina Septiana pada penelitiannya yang berjudul *Pengaruh Harga, Produk, dan Pelayanan Pemberian Pelatihan Jilbab terhadap Keputusan Pembelian pada Butik D'Cheapest* yang menyebutkan bahwa variabel Harga signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kualitas Produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli Konsumen, hasil dari responden untuk variabel ini bahwa indikator kesembilan yaitu Produk UMKM Kerajinan Eceng Gondok memiliki yang menghasilkan desain produk yang unik dan menarik yang menyatakan responden sangat setuju dengan produk UMKM Kerajinan Eceng Gondok menghasilkan banyak macam desain produk yang menarik dan unik. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Indah Muarifah pada penelitiannya yang berjudul *Pengaruh*

*Brand Image*, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Chatime Transmart Rungkut Surabaya yang menyebutkan bahwa variabel Kualitas Produk signifikan dengan Keputusan Pembelian.

Ragam Produk, Harga, dan Kualitas Produk secara Simultan (Bersama-sama) menunjukkan ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat Beli Konsumen. Dari hasil penelitian Uji Parsial (t) dapat dilihat bahwa ketiga variabel memiliki yang nilai paling dominan berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen yaitu variabel Kualitas Produk.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil dari kesimpulan dalam penelitian ini maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

### **1. Bagi pemilik usaha**

Sebaiknya meningkatkan lagi pemasaran untuk menggugah selera masyarakat yang masih kurang untuk melihat produk UMKM dengan menambah beberapa produk yang yang bisa dijangkau lebih luas lagi, seperti mengeluarkan produk baru seperti perabotan rumah yang ukuran kecil maupun sedang yaitu kursi, meja, rak buku lalu membuat aksesoris seperti bros dengan paduan kain dan manik – manik yang sedang terkenal untuk digunakan, kemudian untuk keterjangkauan harga juga diharapkan untuk memberikan promo/potongan pembelian seharga yang ditentukan atau seperti diskon 10% setiap pembelian diatas Rp. 200.000,- dan lebih dipikirkan kembali agar konsumen ingin membeli dengan harga yang lebih terjangkau, memberi label atau ciri khas tertentu agar mudah dikenali oleh pelanggan, dan meningkatkan mutu dari bahan baku tersebut untuk lebih memilah bahan baku yang lebih berkualitas lagi.

### **2. Bagi peneliti selanjutnya**

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan penelitian pada variabel-variabel lain berlandaskan teori di bidang pemasaran yang dapat memengaruhi minat beli konsumen. Misalnya untuk variable ragam produk. Banyak yang harus dikembangkan dari variable tersebut untuk bagaimana pemilik mengetahui pasar dengan

produk yang dihasilkan dan produk apa saja yang sedang banyak yang digunakan oleh banyak masyarakat. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan penelitian pada variabel lain, misalnya di variabel harga yang bagaimana cara untuk mengatur harga agar tetap stabil ketika bahan baku atau bahan baku tambahan mengalami kenaikan. Peneliti selanjutnya bisa meneliti di variabel lainnya, yaitu variable kualitas produk, apa saja poin-poin kualitas produk yang harus diperhatikan agar produk yang di pasarkan dapat dilirik oleh konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Erika, K. (2020). *Analisis Komparatif Tingkat Harga dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada minuman Tong Tji dan AMK di Surabaya)*. Universitas 17 Agustus 1945.
- Fitriyani, L. (2018). *Pengaruh Store Atmosphere Cafeteria, Variasi Produk dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Food Coma Daily Cafeteria)*. UNIVERSITAS 17 Agustus 1945.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* (Edisi 9).
- Indah Muarifah, Awin Mulyati, S. A. (2021). TERHADAPKEPUTUSANPEMBELIANDICHATIME TRANSMART RUNGKUT SURABAYA Indah Nur Muarifah Awin Mulyati Sri Andayani. *PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CHATIME TRANSMART RUNGKUT SURABAYA*.
- Jaya, A. R. P. D., Maruta, I. A., & Pratiwi, N. M. I. (2020). Pengaruh Brand Equity, Brand Image dan Suasana Toko (Store Armosphere) Terhadap Minat Beli Pada Toko H&Mdi Tujungan Plaza Surabaya. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 66–80.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *DASAR-DASAR PEMASARAN (Principles of Marketing)* (A. Widyantoro (ed.); Jilid 1). Prenhallindo.
- Novaria, R., Mulyati, A., Pudjianto, A., & Safitri, L. A. (2020). PEMBERDAYAAN MASYARAKAT BERBASIS KEWIRAUSAHAAN DI KAWASAN KAMPUNG MAKAM RANGKAH SURABAYA. *PEMBERDAYAAN MASYARAKAT BERBASIS KEWIRAUSAHAAN DI KAWASAN KAMPUNG MAKAM RANGKAH SURABAYA*.
- Novaria, R., Rohimah, A., Norhabiba, F., & Sujianto, A. E. (2019). PKM KERIPIK PARE DAN STIK LIDAH BUAYA DI DESA WISATA KAMPUNG LAWAS MASPATI KOTA SURABAYA. *PKM KERIPIK PARE DAN STIK LIDAH BUAYA DI DESA WISATA KAMPUNG LAWAS MASPATI KOTA SURABAYA*, 7, 1.
- Palupi, E. (2020). *Pengaruh Lokasi, Brand Image, dan Keberagaman Produk*

*terhadap Keputusan Pembelian di Warcet Mas Gimbal Ponorogo. Universitas*  
17 Agustus 1945.

Septiana, I. (2016). *Pengaruh Harga, Produk, dan Pelayanan Pemberian Pelatihan Jilbab terhadap Keputusan Pembelian pada Butik D'Cheapest. Universitas* 17 Agustus 1945.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif.*

Tjiptono, F. (2008). *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer.*