

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Simpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian dan pembahasan terkait pengaruh *marketing mix* dan *co-creation* terhadap keputusan pembelian pada UMKM kopi robusta di Kecamatan Megamendung Bogor adalah sebagai berikut:

1. Gambaran *marketing mix*, *co-creation* dan keputusan pembelian pada UMKM kopi robusta di Kecamatan Megamendung Bogor dalam kategori sangat baik, hal ini perlu dipertahankan dan ditingkatkan karena jika dibiarkan dan tidak ditingkatkan maka akan berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.
2. Terdapat pengaruh positif *marketing mix* dan *co-creation* secara parsial maupun secara simultan terhadap keputusan pembelian pada UMKM kopi robusta di Kecamatan Megamendung Bogor sebesar 62,7%. Artinya apabila *marketing mix* dan *co-creation* meningkat, maka keputusan pembelian pun akan meningkat. Sebaliknya apabila *marketing mix* dan *co-creation* menurun maka keputusan pembelian juga akan menurun.

5.2 Implikasi

Beberapa implikasi hasil penelitian terkait pengaruh *marketing mix* dan *co-creation* terhadap keputusan pembelian pada UMKM kopi robusta di Kecamatan Megamendung Bogor adalah sebagai berikut:

1. *Marketing mix* dan *co-creation* masih rendah sehingga dapat berimplikasi pada rendahnya keputusan pembelian, jika *marketing mix* dan *co-creation* tidak diperbaiki dan ditingkatkan, maka keputusan pembelian akan rendah. Terdapat indikator dari *marketing mix* yang perlu ditingkatkan yaitu indikator harga dan tempat, sedangkan indikator dari *co-creation* yang perlu ditingkatkan yaitu indikator *customer citizenship behavior*.
2. Keputusan pembelian masih rendah, jika tidak diperbaiki dan ditingkatkan maka keputusan pembelian tidak dapat dicapai. Terdapat indikator dari keputusan pembelian yang perlu ditingkatkan yaitu indikator pilihan produk.

5.3 Rekomendasi

Beberapa rekomendasi yang dapat diajukan dalam meningkatkan pengaruh *marketing mix*, *co-creation* terhadap keputusan pembelian pada UMKM kopi robusta di Kecamatan Megamendung Bogor adalah sebagai berikut:

1. Kepada UMKM kopi robusta di Kecamatan Megamendung Bogor, peneliti merekomendasikan dalam upaya untuk meningkatkan keputusan pembelian dengan cara meningkatkan jumlah produk, memperluas jangkauan areal pemasaran, keberanian untuk menaikkan harga yang diiringi oleh penambahan kualitas produk maupun kemasan melalui pengembangan variasi produk. Lalu upaya untuk meningkatkan *marketing mix* dengan cara memperbaiki sarana dan prasarana serta menambah cabang di tempat lain yang lebih strategis dan mudah dijangkau oleh pelanggan. Serta upaya untuk meningkatkan *co-creation* melalui kemudahan pelanggan dalam mencari informasi dan adanya hubungan komunikasi interpersonal yang baik serta menjadikan sikap toleransi pelanggan sebagai masukan untuk meningkatkan usaha.
2. Kepada peneliti selanjutnya, peneliti merekomendasikan untuk menggali dimensi lain mengenai variabel *marketing mix* dan *co-creation* serta variabel-variabel lain yang dapat meningkatkan keputusan pembelian. Selain itu juga direkomendasikan untuk meneliti jenis bidang objek lain seperti pada bidang *fashion*, makanan, teknologi dan sebagainya, serta memperluas cakupan wilayah penelitian dan memperbanyak jumlah sampel responden.