

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian secara deskriptif dan verifikatif, dapat disimpulkan mengenai inovasi produk dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen di Rumah Makan Bakso Atom sebagai berikut:

1. Sebagian besar tanggapan responden terhadap inovasi produk di Rumah Makan Bakso Atom yang terdiri dari keunggulan relatif, komparabilitas dan komunikabilitas mendapatkan penilaian yang tinggi dari responden, responden dalam penelitian ini adalah konsumen Rumah Makan Bakso Atom. Hal ini membuktikan bahwa responden menyukai inovasi produk bakso yang tersedia di Rumah Makan Bakso Atom dan juga menunjukkan bahwa pelaksanaan program inovasi produk sudah di laksanakan dengan baik oleh pengelola. Adapun yang memperoleh penilaian tertinggi adalah dimensi keunggulan relatif, sedangkan yang memperoleh penilaian terendah adalah dimensi komunikabilitas.
2. Sebagian besar tanggapan responden terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Bakso Atom yang terdiri dari pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan penyalur, penentuan waktu pembelian, jumlah pembelian dan metode pembayaran mendapatkan penilaian yang tinggi/baik dari responden, responden dalam penelitian ini adalah konsumen Rumah Makan Bakso Atom. Hal ini membuktikan bahwa Rumah Makan Bakso Atom sudah menjadi pilihan yang tepat ketika konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian. Adapun enam tahapan pada keputusan pembelian yang memperoleh penilaian tertinggi yaitu pada penentuan waktu pembelian, sedangkan dimensi yang memperoleh penilaian terendah yaitu pada jumlah pembelian.

3. Secara simultan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara inovasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Rumah Makan Bakso Atom. Secara parsial, hanya ada dua sub variabel dari inovasi produk yang memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Rumah Makan Bakso Atom, yaitu sub variabel komparabilitas dan komunikabilitas. Sedangkan keunggulan relatif memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian namun kecil dan tidak signifikan.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan yang dibuat, maka penulis memberikan beberapa rekomendasi dengan harapan dapat memberikan masukan bagi kemajuan usaha di Rumah Makan Bakso Atom.

1. Tanggapan konsumen terhadap inovasi produk di Rumah Makan Bakso Atom sudah dinilai tinggi/baik, namun tanggapan terhadap dimensi komunikabilitas mendapatkan nilai terendah, oleh karena itu pihak pengelola harus mengevaluasi serta meningkatkan komunikasi tentang kejelasan maupun kelengkapan informasi mengenai produk yang ada di Rumah Makan Bakso Atom kepada konsumen dengan cara memposting lebih banyak informasi melalui web agar mudah diakses oleh orang banyak. Apabila hanya melalui media sosial, tidak semua orang tahu informasi tersebut disimpan dalam media sosial, karena web lebih mudah diakses oleh banyak orang dibandingkan melalui media sosial. Hal tersebut dilakukan agar sub variabel dari komunikabilitas dalam inovasi produk dapat memberikan kontribusi lebih besar lagi pengaruhnya terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Bakso Atom.
2. Tanggapan konsumen terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Bakso Atom sudah dinilai tinggi/baik, namun tanggapan dimensi jumlah pembelian mendapatkan nilai terendah terutama pada frekuensi pembelian dalam satu

bulan. Oleh karena itu pihak pengelola disarankan untuk melakukan program pemasaran yang berkesinambungan untuk membuat konsumen royal membeli produk di Rumah Makan Bakso Atom setiap minggunya dengan cara sering membuat event dan promo, sehingga frekuensi pembelian produk dalam satu bulan bisa meningkat. Hal tersebut dilakukan agar dimensi jumlah pembelian dapat memberikan kontribusi lebih besar lagi pengaruhnya terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Bakso Atom.

3. Pengaruh keunggulan relatif produk mendapatkan perolehan rata-rata skor tertinggi terhadap keputusan pembelian konsumen yaitu sebesar 369,8, hal tersebut bisa dikatakan baik. Adapun saran yang peneliti berikan untuk pengelola agar mempertahankan atau meningkatkan keunggulan dari produk bakso dengan cara mempertahankan rasa, porsi dan harga dari produk bakso dan juga meningkatkan tampilan yang tersaji, agar konsumen bisa tetap menjadi konsumen yang royal dan bisa mengajak teman, kerabat atau keluarganya untuk ikut membeli produk di Rumah Makan Bakso Atom tersebut, sehingga produk yang dijual bisa semakin banyak dan meningkat pembelian.