

## BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada 200 pengunjung yaitu pengunjung yang dine-in di The Potting Shed melalui analisis deskriptif dan verifikatif, dengan menggunakan metode analisis jalur (*path analysis*) dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh antara *product innovation* yang terdiri dari *product quality*, *product uniqueness/variety*, *product advantage*, dan *novelty of product*, dengan *purchase intention*, maka peneliti memaparkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan tanggapan pengunjung mengenai *product innovation* yang ada di The Potting Shed mendapat penilaian tinggi, Dimana umumnya pengunjung menganggap bahwa *product advantage* di The Potting Shed tinggi, hal tersebut dikarenakan The Potting Shed menawarkan menu inovasi dengan perpaduan yang berbeda sehingga membuat sensasi makan dan rasa yang berbeda serta lebih unggul dibandingkan dengan menu sejenis yang ditawarkan oleh The Potting Shed.
2. Berdasarkan tanggapan pengunjung mengenai *purchase intention* yang ada di The Potting Shed mendapat penilaian tinggi, dimana pengunjung memberikan penilaian tertinggi pada indikator *willingness to try food in the future* hal ini terjadi karena The Potting Shed menawarkan inovasi produk berupa menu makanan yang memiliki kombinasi yang unik sehingga pengunjung tertarik untuk mencoba menu inovasi tersebut di masa yang akan datang.
3. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh *product innovation* terhadap *purchase intention* secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Apabila dilihat secara parsial keempat sub variabel *product innovation* yaitu yang terdiri dari *product quality*, *product uniqueness/variety*, *product advantage* dan *novelty of product* semuanya memiliki pengaruh signifikan terhadap *purchase intention*. Hal tersebut

menunjukkan bahwa *purchase intention* di The Potting Shed terbukti dapat ditingkatkan dengan mengimplementasikan *product innovation*

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil temuan yang telah dihasilkan dari penelitian ini, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai implementasi dari pengaruh *product innovation* terhadap *purchase intention* sebagai berikut:

1. Pengaruh *product innovation* terbukti dapat mempengaruhi *purchase intention*, namun tentunya dalam hal ini masih terdapat kekurangan terutama pada dimensi yang mendapatkan tanggapan terendah yaitu *novelty of product* yaitu dengan melakukan inovasi tidak hanya pada produk makanannya saja melainkan pada minumannya juga, memperbanyak inovasi produk dengan cara membuat rasa yang baru seperti memadukan antara *ingredients western* dengan saus/sambal khas Indonesia lainnya.
2. Rekomendasi untuk dimensi *product innovation* yang memiliki tanggapan tertinggi yaitu *product advantage* yaitu dengan terus mempertahankan keunggulan yang dimiliki oleh inovasi produk The Potting Shed, memperbanyak inovasi pada jenis menu lainnya seperti pada menu *kids meal*, *appetizer* dan *dessert*.
3. *Purchase intention* di The Potting Shed secara keseluruhan dinilai sudah baik, indikator *willingness to buy product after comparison* adalah indikator yang memiliki penilaian lebih rendah dibandingkan dengan indikator lainnya, oleh karena itu rekomendasi yang diberikan adalah pihak The Potting Shed memberikan kesan positif dan baik kepada pengunjung dengan cara memberikan *discount* pada saat mengenalkan inovasi produk yang dimaksudkan untuk memperoleh keunggulan kompetitif dalam segi harga dengan produk sejenis yang ditawarkan, serta membuat menu inovasi lebih bervariasi.
4. Rekomendasi untuk meningkatkan *purchase intention* melalui *product innovation* yang ditawarkan oleh The Potting Shed yaitu dengan mengembangkan kembali produk yang ditawarkan yang merupakan salah satu unsur utama pada *product development*. *Product innovation* harus terus ditingkatkan agar produk yang ditawarkan sesuai dengan keinginan dan

Regita Geopani Putri, 2019

PENGARUH PRODUCT INNOVATION TERHADAP PURCHASE INTENTION (SURVEI TERHADAP PENGUNJUNG YANG DINE-IN DI RESTORAN THE POTTING SHED)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

kebutuhan pengunjung yang semakin dinamis. Sebagai salah satu strategi dalam menghadapi persaingan bisnis yang kompetitif, diperlukan pengembangan produk dengan melihat beberapa aspek seperti keinginan dan kebutuhan konsumen, *uniqueness*, *trend* yang sedang ada dipasaran sehingga mampu menciptakan stimulus baik secara langsung maupun tidak yang selanjutnya berpengaruh terhadap keinginan konsumen untuk membeli.

5. Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian mengenai *purchase intention* yang dipengaruhi variabel lainnya dengan menggunakan dimensi dan teori terbaru pada metode penelitian yang berbeda sehingga penelitian ini berkembang menjadi lebih baik.