

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian teori, hasil penelitian, dan pengujian analisis regresi ganda yang dilaksanakan mengenai pengaruh inovasi produk dan distribusi terhadap keputusan pembelian PT. Maicih Inti Sinergi Bandung yang survei dilakukan pada pengunjung Gerai “Gentayangan”, supermarket, dan Outlet di Kota Bandung dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa inovasi produk yang terjadi pada PT. Maicih Inti Sinergi Bandung berada pada kategori tinggi. Hal ini dapat dilihat dari indikator paling tinggi hingga yang terendah. Indikator inovasi kerenyahan keripik Maicih skor tertinggi dibandingkan dengan indikator lainnya. Hal ini dikarenakan masyarakat lebih tertarik pada tekstur dari produk keripik maicih yang lebih unggul tingkat kerenyahannya dibandingkan produk yang lain. Sedangkan indikator inovasi produk yang mendapatkan skor terendah adalah merek baru keripik Maicih memberikan kebanggaan/Prestise pada PT. Maicih Inti Sinergi Bandung sudah cukup berjalan baik sehingga mempermudah pencapaian tujuan perusahaan untuk mendapatkan pembeli/ pelanggan yang banyak.
2. Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa saluran distribusi yang dikembangkan pada PT. Maicih Inti Sinergi Bandung berada pada kategori tinggi. Hal ini dapat dilihat dari indikator paling tinggi hingga yang terendah. Indikator saluran distribusi dengan adanya produk maicih di supermarket, swalayan, dan toko mempermudah pelanggan dalam membeli mendapatkan skor tertinggi

dibandingkan dengan indikator lainnya. Begitu pula pada fungsi informasi saluran distribusi merupakan indikator yang mendapatkan skor paling tinggi disusul fungsi pembayaran dan fungsi promosi. Ketiga fungsi ini menunjukkan bahwa saluran distribusi yang dikembangkan mampu menjalankan fungsinya sehingga mempengaruhi keputusan pembelian.

3. Inovasi Produk dan Distribusi PT. Maicih Inti Sinergi Bandung dipengaruhi secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan tingkat pengaruh yang cukup tinggi atau cukup kuat. Hal ini menunjukkan bahwa koefisien determinasi (KD) inovasi produk berpengaruh sebesar 52,6% terhadap keputusan pembelian dan sisanya 47,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor atau variabel lain diluar variabel yang diteliti, sedangkan koefisien determinasi (KD) distribusi (46%) mempengaruhi keputusan pembelian dan sisanya 54% dipengaruhi oleh faktor-faktor atau variabel lain di luar variabel yang diteliti. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi inovasi produk dan distribusi maka akan semakin tinggi pula keputusan pembelian.

5.2 Rekomendasi

Adapun saran untuk meningkatkan keputusan pembelian, pihak perusahaan PT. Maicih Inti Sinergi Bandung sebaiknya harus terus berusaha melakukan perbaikan dalam melakukan inovasi produk dan distribusi dengan baik, sehingga tingkat keputusan pembelian dapat terus meningkat. Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis merekomendasikan hal-hal berikut:

1. Inovasi Produk merupakan suatu proses untuk mencari dan menarik calon pembeli untuk membeli keripik Maicih. Sedangkan berdasarkan hasil penelitian yang

memberikan pengaruh terkecil pada inovasi produk yaitu indikator merek baru keripik Maicih memberikan kebanggaan/Prestise. Oleh karena itu, perusahaan harus menciptakan merek-merek baru yang dapat memberikan nilai kebanggaan/prestise dan dapat menarik untuk para calon pembeli untuk membeli keripik Maicih di bandingkan dengan keripik lainnya.

2. Distribusi merupakan suatu proses untuk mendapatkan Konsumen yang dibutuhkan oleh perusahaan, dalam proses inilah keputusan para pelanggan/pembeli untuk memutuskan apa akan membeli keripik Maicih atau tidak. Berdasarkan tanggapan responden indikator hasil inovasi distribusi produk maicih dengan menyalurkan produk ke ritel memberikan pengaruh terkecil. Oleh karena itu perusahaan harus selalu memberikan informasi tentang sistem distribusi kepada para pembeli/pelanggan sehingga mereka mengetahui bahwa perusahaan tidak hanya menyalurkan produk Maicih melalui ritel gentayangan, tetapi juga melalui swalayan, toko atau outlet, dan pasar tradisional.
3. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa inovasi produk dan distribusi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dalam suatu perusahaan, dalam hal ini pemimpin perlu mengetahui hasil penjualan yang dilakukan oleh jendral dan tim jendral yang menjual atau menawarkan produk maicih di lapangan. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengetahui tingkat keputusan pembelian yang sudah dicapai. Hal ini diperlukan agar dapat mengetahui apakah jendral dan tim jendral telah melakukan pekerjaan sesuai dengan standar yang ditetapkan perusahaan. Pada umumnya inovasi produk dan distribusi ini dilakukan antara lain bertujuan untuk membantu perusahaan meningkatkan omzet atau pemasukan yang lebih besar agar

bisa membuat perusahaan bisa tetap bersaing dengan perusahaan lain yang berbisnis di bidang yang sama yaitu memasarkan keripik pedas.

