

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian penelitian menggunakan SmartPLS 4, dapat disimpulkan bahwa:

1. Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kaos *custom* di Sarkastem Lampung Tengah, artinya semakin inovatif produk yang ditawarkan, maka konsumen akan lebih cenderung untuk melakukan pembelian.
2. Kualitas produk memoderasi hubungan antara inovasi produk dan keputusan pembelian, tetapi dengan arah yang negatif, yaitu memperlemah hubungan antara keduanya. Artinya, semakin tinggi kualitas produk, maka pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian akan semakin lemah.

B. Saran

1. Bagi Sarkastem

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berperan sebagai variabel moderasi yang memperlemah pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian kaos *custom* di sarkastem. Hasil ini mengindikasikan bahwa perusahaan perlu mempertimbangkan kualitas produk secara matang sebelum mengimplementasikan inovasi produk. Inovasi produk yang tidak diimbangi dengan kualitas yang sesuai dengan ekspektasi konsumen justru dapat menimbulkan dampak negatif, yaitu

menurunnya minat beli konsumen. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk mengarahkan inovasi produknya pada penguatan nilai kualitas yang telah dibangun sebelumnya dan memastikan bahwa inovasi tersebut dapat diterima dengan baik oleh konsumen melalui sosialisasi yang efektif. Untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, Sarkastem perlu melakukan riset pasar yang komprehensif melalui survei, wawancara, dan analisis data konsumen. Dengan demikian, hasil riset pasar dapat digunakan sebagai landasan untuk mengembangkan produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, sehingga Sarkastem dapat meningkatkan inovasi produknya dan meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Diharapkan penelitian selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini lebih lanjut dengan menambahkan variabel lain yang belum diteliti, seperti harga, promosi, atau citra merek, untuk memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian kaos *custom*. Selain itu, penggunaan metode penelitian yang berbeda, seperti metode kualitatif atau eksperimen, juga dapat memberikan hasil yang lebih mendalam dan akurat tentang pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian. Penelitian selanjutnya juga dapat mengeksplorasi dampak inovasi produk terhadap loyalitas konsumen, sehingga dapat memberikan wawasan tentang bagaimana inovasi produk dapat meningkatkan loyalitas dan mempertahankan

konsumen. Dengan demikian, penelitian lanjutan dapat memberikan kontribusi signifikan pada pengembangan teori dan praktik pemasaran, serta memberikan manfaat bagi perusahaan dan konsumen.