

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan uji dan perhitungan yang sudah dilakukan, berikut kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada UMKM Deca Jamur *Crispy* di Lampung Selatan:

1. Melihat koefisien dalam uji regresi linier sederhana sebesar 8.793 untuk variabel kualitas produk (X), dapat diartikan bahwa setiap kali ditambahkan satu satuan variabel kualitas produk, maka variabel keputusan pembelian (Y) mengalami peningkatan sebesar 87,93%, sehingga variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian
2. Pengujian *R Square* diperoleh angka sebesar 0,766. Artinya 76,6% keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk, sedangkan sisanya 23,4% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Kualitas produk menjadi salah satu faktor yang penting bagi keberlangsungan suatu bisnis atau usaha, berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan oleh peneliti ditemukan bahwa pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Deca Jamur *Crispy* mendapatkan hasil analisa sebesar 0,907. $T_{hitung} = 17.640$ dengan nilai signifikansi $0,053 < 0,05$, artinya variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, hipotesis “kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada UMKM Deca Jamur *Crispy* di Lampung Selatan” diterima

B. Saran

Berdasarkan hasil peneliian dan perhitungan yang dilakukan, peneliti mempunyai saran bagi pengusaha jamur *crispy* melihat dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pada UMKM Deca Jamur *Crispy*, kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Maka dengan itu, saran yang dapat dibeirkan adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, pada variabel kualitas produk dari pernyataan ke-1 mengenai “bentuk produk jamur Deca *crispy* sangat menarik” oleh karena itu UMKM Deca Jamur *Crispy* harus mengembangkan design produk untuk menarik perhatian konsumen sehingga bisa meningkatkan kepuasan pembelian.

2. Keputusan pembelian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, variabel keputusan pembleian pada pernyataan ke-3 mengenai “Saya selalu mencari informasi lebih tentang produk Deca Jamur *Crispy* ini” sehingga pihak pengusaha UMKM Deca Jamur *Crispy* untuk bisa memperkenalkan informasi produk di sosial media, maupun di laman lainya agar orang lain bisa mencari informasi seputar produk Deca Jamur *Crispy* untuk menggaik konsumen baru di lokasi manapun.