

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuji dan pembahasan yang telah diuraikan oleh peneliti pada Bab IV mengenai pengaruh inovasi produk, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian makanan ringan Keripik Singkong Mahkota di Kota Bogor, maka dalam penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian makanan ringan Keripik Singkong Mahkota di Kota Bogor, yang berarti bahwa dengan selalu dikembangkannya inovasi produk dari makanan ringan Keripik Singkong Mahkota, akan berpengaruh terhadap peningkatan keputusan pembelian konsumen dalam membeli makanan ringan Keripik Singkong Mahkota.

Selain itu, kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian makanan ringan Keripik Singkong Mahkota di Kota Bogor, yang menunjukkan bahwa dengan selalu meningkatkan kualitas produk dari makanan ringan Keripik Singkong Mahkota, akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli makanan ringan Keripik Singkong Mahkota. Selanjutnya, promosi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian makanan ringan Keripik Singkong Mahkota, yang berarti bahwa upaya promosi yang dilakukan secara efektif melalui Instagram dari makanan ringan Keripik Singkong Mahkota,

akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli makanan ringan Keripik Singkong Mahkota.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah diuraikan, maka saran yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut.

1. Bagi Perusahaan

- Dalam penelitian ini, diharapkan usaha makanan ringan Keripik Singkong Mahkota dapat terus mengembangkan dan meningkatkan inovasi produknya dengan menciptakan lebih banyak varian rasa baru yang mengikuti perkembangan selera konsumen, bisa dilakukan dengan melakukan survei atau polling di media sosial seperti Instagram untuk mengetahui varian rasa yang sedang tren atau diminati oleh konsumen, seperti menawarkan varian rasa, ayam bawang, ayam sambal ijo, ayam lada hitam maupun varian rasa lainnya yang unik dan menarik selera konsumen. Selain berinovasi lebih baik lagi, peneliti juga memberikan saran agar usaha makanan ringan Keripik Singkong Mahkota selalu menjaga kualitas produk, mulai dari pemilihan bahan baku hingga proses produksi, karena kualitas yang terjaga akan meningkatkan kepercayaan konsumen dan mendorong pembelian ulang, perusahaan bisa membuat SOP (Standard Operating Procedure) untuk memastikan kualitas bahan baku dan proses produksi terjaga secara konsisten, menggunakan teknologi pengemasan modern, seperti vacuum pack, untuk menjaga kesegaran produk lebih lama. Selain menjaga standar kualitasnya, peneliti juga memberikan saran sebaiknya

memaksimalkan penggunaan Instagram dan media sosial lainnya sebagai alat promosi utama, dengan mengoptimalkan penggunaan Instagram dengan kalender konten yang mencakup: Foto dan video produk yang menggugah selera (gunakan fotografer profesional jika diperlukan). Konten interaktif seperti giveaway, kuis, atau tantangan yang melibatkan konsumen. Testimoni pelanggan dan cerita di balik layar proses produksi untuk membangun kedekatan dengan konsumen. Manfaatkan fitur iklan berbayar di media sosial (Instagram Ads, Facebook Ads) untuk menjangkau pasar yang lebih luas, terutama segmen konsumen muda. Kolaborasi dengan food influencer lokal untuk memperluas eksposur produk.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Di masa yang akan datang, diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan dan memperluas cakupan dalam penelitian ini dengan objek penelitian yang dapat diganti oleh peneliti selanjutnya pada usaha makanan ringan sejenis lainnya, selain Keripik Singkong Mahkota. Variabel yang digunakan dapat diganti oleh peneliti selanjutnya dari berbagai faktor yang memengaruhi keputusan pembelian selain inovasi produk, kualitas produk, dan promosi, diantaranya seperti citra merek, kemasan, pemberian label, jaminan, dan pelayanan.