

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan mengenai Kekuatan Keunikan Produk dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian pada UKM Bibika Ambon Sugema Sukabumi, maka peneliti membuat kesimpulan sebagai berikut :

5.1.1 Gambaran dari Keunikan Produk yang ada pada UKM Bibika Ambon Sugema Sukabumi menunjukkan bahwa bibika ambon yang mereka produksi ternyata sudah mampu memenuhi keinginan konsumen akan produk yang unik, tetapi dalam beberapa hal konsumen merasa kurang puas. Salah satunya pada *variant* rasa, dalam poin ini, konsumen merasa produk dari UKM Bibika Ambon Sugema Sukabumi hanya memiliki rasa yang terbatas yang membuat konsumen tidak memiliki banyak pilihan ketika mereka akan membeli produk tersebut. Konsumen juga merasakan kurang puasnya mereka akan bentuk produk pada UKM Bibika Ambon Sugema Sukabumi, mereka tidak setuju karena bentuk produk tersebut memang jauh dari kata unik karena mayoritas konsumen yang mengisi angket pun merasa tidak setuju. Akan tetapi, konsumen menilai bahwa UKM Bibika Ambon Sugema Sukabumi telah membuat kemasan produk yang unik dan juga dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli karena penggunaan bahan mereka dalam membuat kemasan produk berbeda dari kemasan-kemasan bibika ambon pada umumnya. Namun, manfaat kemasan yang seharusnya

dapat melindungi produknya dengan baik dirasa kurang oleh konsumen berdasarkan pengisian angket dimana rata-rata mereka menjawab ragu-ragu bahwa manfaat dari kemasan produk UKM Bibika Ambon Sugema Sukabumi dapat melindungi produknya dengan baik.

5.1.2 *Word Of Mouth* yang terjadi pada konsumen ternyata berjalan dengan cukup baik. Konsumen setuju bahwa informasi mengenai produk yang diberikan oleh konsumen lainnya dapat mempengaruhi mereka untuk membeli produk UKM Bibika Ambon Sugema Sukabumi. Rekomendasi yang diberikan oleh orang terdekat maupun sumber lain juga ternyata mampu mempengaruhi konsumen dalam membeli produk dan juga ajakan yang dilakukan agar konsumen mau membeli produk tersebut pun berhasil membuat konsumen akhirnya membeli produk UKM Bibika Ambon Sugema Sukabumi.

5.1.3 Keputusan Pembelian pada produk UKM Bibika Ambon Sugema Sukabumi. Keputusan Pembelian yang dilakukan konsumen karena merasa produk UKM Bibika Ambon Sugema Sukabumi unik ternyata berjalan dengan baik. Konsumen merasa terpenuhi kebutuhannya mengenai produk unik yang dihasilkan UKM Bibika Ambon Sugema Sukabumi. Akan tetapi penyebaran informasi yang dilakukan melalui media masih kurang efektif karena konsumen cenderung mendapatkan informasi melalui konsumen lain daripada melalui media. Konsumen lebih mempercayai informasi yang diberikan oleh orang terdekat mereka ketika melakukan keputusan pembelian dan mereka melakukan pembelian atas keinginan mereka sendiri dan tanpa paksaan dari orang lain. Konsumen setuju bahwa produk UKM

Bibika Ambon Sugema Sukabumi dapat memuaskan mereka tetapi produk dari UKM Bibika Ambon Sugema Sukabumi belum mampu menjadi pilihan utama konsumen dalam memilih beberapa alternatif produk bibika ambon di Sukabumi.

- 5.1.4 Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan secara simultan menunjukkan bahwa Keunikan Produk dan *Word Of Mouth* mempengaruhi Keputusan Pembelian pada UKM Bibika Ambon Sugema Sukabumi secara bersama-sama. Selain itu, pengujian hipotesis secara parsial juga menunjukkan bahwa Keunikan Produk dan *Word Of Mouth* mempengaruhi Keputusan Pembelian pada UKM Bibika Ambon Sugema Sukabumi secara terpisah.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan juga kesimpulan yang telah diambil mengenai Kekuatan Keunikan Produk dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian pada UKM Bibika Ambon Sugema Sukabumi, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

- 5.2.1 UKM Bibika Ambon Sugema Sukabumi sebaiknya melakukan inovasi terhadap rasa pada produk bibika ambon sugema mereka dan juga pada keunikan bentuk mereka sehingga nantinya aspek pada Keunikan Produk akan membuat konsumen tertarik pada produk mereka. Selain itu, manfaat pada kemasan hendaknya diperbaiki dengan cara meninjau ulang bagaimana bahan yang digunakan dalam pembuatan kemasan. Jangan sampai ketika fokus membuat kemasan yang unik mereka melupakan kegunaan kemasan

itu sendiri dimana seharusnya manfaat yang paling besar pada kemasan tersebut adalah melindungi produknya dengan baik.

5.2.2 UKM Bibika Ambon Sugema Sukabumi diharapkan mampu menjaga standar produk mereka dan lebih baik lagi jika ditingkatkan dalam beberapa hal, sehingga konsumen masih akan tetap mempromosikan produk UKM Bibika Ambon Sugema Sukabumi pada orang lain secara sukarela melalui aspek *Word Of Mouth* yang dimana konsumen secara sukarela bersedia memberikan informasi, merekomendasikan produk dan juga mengajak orang lain dalam menggunakan produk tersebut karena merasa terpengaruh oleh ketiga aspek tadi.

5.2.3 UKM Bibika Ambon Sugema Sukabumi diharapkan mampu mengefektifkan penggunaan media dalam menginformasikan produk yang mereka jual. Karena pada era digital seperti sekarang ini, peran media sangat vital dalam melakukan pemasaran produk baik promosi maupun penyebaran informasi yang dilakukan oleh pemilik sehingga banyak konsumen yang merasa terbantu karena informasi mengenai produk dirasakan sangat mudah didapat melalui media yang mereka akses. Selain itu peningkatan kualitas juga dilakukan demi menjadikan prodguk UKM Bibika Ambon Sugema Sukabumi sebagai pilihan konsumen dalam memilih produk bibika ambon di Sukabumi.