

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk UMKM Pempek Urang Hulu di Tenggarong, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga dan promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk UMKM Pempek Urang Hulu di Tenggarong. Hal ini menunjukkan bahwa penetapan harga yang baik serta promosi yang efektif mampu meningkatkan keputusan pembelian konsumen.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk UMKM Pempek Urang Hulu di Tenggarong. Konsumen cenderung mempertimbangkan keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, serta manfaat produk sebelum melakukan pembelian.
3. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk UMKM Pempek Urang Hulu di Tenggarong. Promosi yang jelas, menarik, dan dilakukan secara konsisten mampu meningkatkan minat konsumen dalam melakukan pembelian.
4. Harga merupakan variabel yang paling dominan memengaruhi keputusan pembelian konsumen pada produk UMKM Pempek Urang Hulu di Tenggarong. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen lebih mempertimbangkan faktor harga dibandingkan promosi dalam menentukan keputusan pembelian produk

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. UMKM Pempek Urang Hulu dalam melakukan pemasaran sudah baik dan positif, seperti harga. Hal ini perlu dipertahankan dan ditingkatkan terus, agar konsumen selalu merasa puas dan tertarik.

2. Promosi yang dilakukan UMKM Pempek Urang Hulu juga sudah positif dan signifikan dari hasil kajian, sehingga ini modal bagian dari modal usaha yang tentunya harus dipertahankan dan terus ditingkatkan, apalagi kemajuan teknologi yang serba cepat dan canggih seperti menggunakan AI (*Artificial Intelligence*). AI bekerja dengan memproses informasi dalam jumlah besar untuk terus meningkatkan akurasi dan kemampuannya.
3. Harga menjadi dominan dalam penjualan UMKM Pempek Urang Hulu, sehingga ini menjadi tantangan bagi UMKM dalam menghadapi perubahan bahan baku. Sehingga ada cara lain agar harga tetap stabil dan konsumen tidak lari seperti menambah produk lain untuk menutupi harga pokok dari Pempek Urang Hulu, seperti menambah menu pendamping, menambah varian dan rasa contohnya menambahkan bahan bawang tiwai atau bawang dayak, pada bahan cuko bisa ditambahkan ebi.
4. Dalam menjaga kualitas usaha Pempek Urang Hulu dapat terus menjaga kualitas rasa dan pelayanan kepada konsumen agar kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap produk tetap meningkat.
5. Penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat menambahkan variabel lain selain harga dan promosi, menggunakan jumlah responden yang lebih banyak dan objek penelitian yang lebih luas sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih representatif mengenai perilaku konsumen UMKM.