

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan kajian, hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada pelanggan yang berbelanja Bakso Solo di Kota Padang pasca pandemi covid-19 di Kota Padang. Variabel kualitas produk dalam penelitian ini merupakan variable yang paling berpengaruh dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Hal yang paling menarik dari kualitas produk Bakso Solo di Kota Padang adalah mayoritas bakso menggunakan daging sapi asli yang memberikan rasa yang enak dan lezat terhadap Bakso Solo. Bakso jenis lainnya jarang menggunakan daging sapi dalam mencampur adonan bakso, sedangkan Bakso Solo menggunakan daging sapi sebagai bahan baku utamanya, agar rasa yang diberikan otentik. Berbeda dengan bakso lain yang cenderung menggunakan banyak tepung dalam campuran adonan baksonya.
2. Harga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian pada pelanggan yang berbelanja Bakso Solo di Kota Padang selama masa pasca pandemi covid-19 di Kota Padang. Hal yang paling menarik dari Harga Bakso Solo di kota Padang adalah dengan harga yang ramah dikantong sudah mendapatkan bakso yang berkualitas dan enak untuk dinikmati serta harga yang diberikan seimbang dengan rasa dan kualitas produk Bakso Solo. Beda halnya dengan

bakso lain yang mana memberikan harga yang cukup mahal namun kualitas produknya kurang bagus, dan cenderung hanya tepung saja dan sedikit campuran daging sapi dalam pembuatan adonan baksonya.

3. E-WOM berpengaruh terhadap Keputusan pembelian pada pelanggan yang berbelanja Bakso Solo di Kota Padang selama masa pasca pandemi covid-19 di Kota Padang. Hal yang paling menarik dari E-WOM terhadap Bakso Solo di kota Padang adalah banyaknya review positif yang diberikan pelanggan yang pernah mencoba enakya Bakso Solo di Padang. Review tersebut diberikan melalui media online seperti Instagram, Facebook, dan Google. Pemberian review yang positif ini menjadikan Bakso Solo sebagai primadona di kota Padang saat ini.
4. Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepercayaan pada pelanggan yang berbelanja Bakso Solo di Kota Padang selama masa pasca pandemi covid-19. Hal yang paling menarik dari Kualitas produk Bakso Solo di Kota Padang adalah adanya campuran daging sapi asli yang memberikan rasa yang enak dan lezat terhadap Bakso Solo. Hal tersebut menjadikan peningkatan terhadap kepercayaan pelanggan terhadap Bakso Solo. Berbeda dengan Bakso jenis lainnya yang hanya sedikit menggunakan daging sapi dalam mencampur adonan bakso, sedangkan Bakso Solo sendiri menggunakan bakso daging sapi agar rasa yang diberikan otentik. Berbeda dengan bakso lain yang cenderung hanya menggunakan banyak tepung pada adonan baksonya.
5. Harga berpengaruh terhadap kepercayaan pada pelanggan yang berbelanja Bakso Solo di Kota Padang selama masa pasca pandemi covid-19. Hal yang



paling menarik dari harga Bakso Solo di Kota Padang adalah dengan harga yang ramah dikantong sudah mendapatkan bakso yang berkualitas dan enak untuk dinikmati serta harga yang diberikan seimbang dengan rasa dan kualitas produk Bakso Solo. Beda halnya dengan bakso lain yang mana memberikan harga yang cukup mahal namun kualitas produknya kurang bagus, dan cenderung lebih dominan rasa tepungnya dan sedikit campuran daging sapi. Hal tersebut menjadikan pelanggan percaya bahwasanya kualitas Bakso Solo bagus.

6. E-WOM berpengaruh terhadap kepercayaan pada pelanggan yang berbelanja Bakso Solo di Kota Padang selama masa pasca pandemi covid-19. Hal yang paling menarik dari E-WOM terhadap Bakso Solo di Kota Padang adalah Banyaknya review positif yang diberikan pelanggan yang baru saja mencoba enaknya Bakso Solo di Padang. Review tersebut diberikan melalui media online seperti Instagram, Facebook, dan Google. Pemberian review yang positif ini menjadikan Bakso Solo sebagai primadona di Kota Padang saat ini.
7. Kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Bakso Solo di Kota Padang selama masa pasca pandemic covid 19. Hal yang menarik dari kepercayaan yaitu ketika konsumen percaya bahwa kualitas produk, harga dan e-wom yang baik mengenai bakso solo sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.
8. Kepercayaan mampu menjadi variabel mediasi pengaruh kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian pada pelanggan yang berbelanja Bakso Solo di Kota Padang pada masa pasca pandemic Covid-19. Karakteristik

pelanggan di Kota Padang saat ini mereka melihat rasa dan kualitas yang bagus pada makanan terutama bakso. Pelanggan merasa bahwa dalam berbelanja mereka mengutamakan kualitas barang serta bagaimana pelayanan yang diberikan. Kepercayaan dalam berbelanja Bakso Solo bisa menjadi tolak ukur keputusan pembelian konsumen dalam berbelanja Bakso Solo di Kota Padang. Perilaku konsumen pada saat ini dalam berbelanja makanan mereka lebih menyukai makanan-makanan dengan kualitas baik dan enak.

9. Kepercayaan mampu menjadi variabel mediasi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada pelanggan yang berbelanja Bakso Solo di Kota Padang pada masa pasca pandemic Covid-19. Karakteristik pelanggan di Kota Padang saat ini mereka melihat harga sebelum membeli makanan yang bagus terutama bakso. Pelanggan merasa bahwa dalam berbelanja mereka mengutamakan Harga yang ekonomis namun dengan kualitas yang baik. Kepercayaan dalam berbelanja Bakso Solo bisa menjadi tolak ukur keputusan pembelian konsumen dalam berbelanja Bakso Solo di kota Padang. Perilaku konsumen pada saat ini dalam berbelanja makanan mereka lebih menyukai makanan-makanan dengan harga ekonomis namun memiliki kualitas baik dan enak.

10. Kepercayaan mampu menjadi variabel mediasi pengaruh E-WOM terhadap Keputusan Pembelian pada pelanggan yang berbelanja Bakso Solo di Kota Padang pada masa pasca pandemic Covid-19. Karakteristik pelanggan di Kota Padang saat ini mereka melihat dulu review online yang bagus melalui E-WOM media social pada makanan terutama bakso. Pelanggan merasa

bahwa dalam berbelanja mereka mengutamakan review yang bagus dahulu serta tanggapan yang diberikan pelanggan-pelanggan yang sudah pernah mencoba. Kepercayaan dalam berbelanja Bakso Solo bisa menjadi tolak ukur keputusan pembelian konsumen dalam berbelanja Bakso Solo di kota Padang. Perilaku konsumen pada saat ini dalam berbelanja makanan mereka lebih menyukai makanan-makanan dengan review yang bagus.

## 5.2 Implikasi Penelitian

Penelitian ini memiliki implikasi dalam bidang manajemen pemasaran khususnya untuk UMKM Pedagang bakso yang ada di Kota Padang. Hasil penelitian ini memberikan pemahaman yang komprehensif bahwa kualitas produk merupakan variabel paling penting yang harus diperhatikan oleh Pedagang bakso untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa item pertanyaan yang ada pada variable kualitas produk yaitu aroma yang menggugah selera makanan, yang terdapat pada bakso merupakan faktor yang paling penting yang dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian bakso, dengan demikian penting bagi pedagang bakso untuk mempertimbangkan bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan bakso, seperti menggunakan daging sapi segar supaya membuat rasa dan aroma bakso lebih menggugah selera makan konsumen, selain itu pedagang harus menggunakan bahan-bahan yang segar seperti bawang, cabai dan lain-lain agar aroma dan rasa dari bakso kuahnya tetap menggugah selera makan konsumen, karena apabila bahan-bahan yang digunakan tidak segar maka akan mempengaruhi aroma dan rasa dari bakso. Hasil penelitian ini juga menemukan

bahwa kualitas produk, harga, E-WOM mempengaruhi kepercayaan berarti semakin bagus kualitas produk, harga, dan E-WOM maka semakin tinggi pengaruhnya terhadap Kepercayaan konsumen dalam melakukan pembelian produk makanan Bakso Solo.

### 5.3 Saran

Berdasarkan keterbatasan dalam penelitian ini, berikut adalah beberapa saran yang dapat disampaikan berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh:

1. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menguji faktor atau variabel lain yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian. Dalam penelitian ini, faktor-faktor seperti promosi, citra merek, atau faktor ekonomi dapat menjadi pertimbangan untuk diteliti lebih lanjut. Dengan memperluas variabel yang diteliti, akan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.
2. Disarankan juga bagi peneliti selanjutnya untuk meningkatkan jumlah sampel penelitian. Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang digunakan mungkin terbatas, sehingga dapat mempengaruhi validitas dan generalisabilitas hasil penelitian. Dengan menggunakan jumlah sampel yang lebih besar, akan memberikan kekuatan statistik yang lebih kuat dan hasil yang lebih representatif.
3. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat melibatkan variasi demografis yang lebih luas dalam sampel penelitian, seperti usia, jenis kelamin, atau

tingkat pendidikan. Hal ini dapat membantu dalam memahami apakah faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian berbeda di antara kelompok-kelompok konsumen yang berbeda.

4. Bagi penelitian selanjutnya perlu menambahkan pertanyaan dan memastikan secara jelas, media sosial apa yang paling sering digunakan oleh responden, hal ini untuk mendukung penelitian pengaruh E-WOM pada keputusan pembelian konsumen.
5. Bagi pedagang bakso solo yang ada di Padang disarankan untuk kedepannya memanfaatkan media sosial yang menjembatani E-WOM bagi ulasan-ulasan serta konten yang menagajak konsumen untuk membeli bakso solo pasca pandemi Covid-19 ini.

Dengan memperhatikan saran-saran ini, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memberikan kontribusi yang lebih besar dalam pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian pada pelanggan yang berbelanja di warung-warung Bakso Solo di Kota Padang pasca pandemi COVID-19.

