

## BAB V

### PENUTUP

#### 1.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan pada Bab IV maka dapat disimpulkan:

1. Inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap citra merek pada objek penelitian Tenun Kubang H.Ridwan By di Kabupaten Lima Puluh Kota. Semakin tinggi tingkat inovasi yang dilakukan oleh Tenun Kubang H.Ridwan By maka akan semakin bagus citra merek usaha kerajinan Tenun Kubang H.Ridwan By.
2. Citra merek berpengaruh signifikan terhadap intensi pembelian pada objek penelitian Tenun Kubang H.Ridwan By di Kabupaten Lima Puluh Kota. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin bagus citra merek Tenun Kubang H.Ridwan By, maka intensi pembelian konsumen terhadap produk akan semakin meningkat.
3. Inovasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi pembelian konsumen pada merek pada objek penelitian Tenun Kubang H.Ridwan By di Kabupaten Lima Puluh Kota. Hal ini menyatakan bahwa pemilik usaha belum maksimal melakukan inovasi produk seperti tidak memperbarui teknologi produksinya, pelayanan yang diberikan tidak lengkap dan tidak mampu menarik kelompok yang berbeda melalui iklan.
4. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa Tenun Kubang H.Ridwan By melalui inovasi produk yang dimilikinya tidak mempengaruhi konsumen untuk

melakukan intensi pembelian, tetapi inovasi produk mendorong citra merek sehingga konsumen memiliki intensi pembelian produk.

## 1.2. Implikasi hasil penelitian

Temuan dalam penelitian ini mempunyai beberapa implikasi penting bagi pihak industri kerajinan Tenun Kubang H.Ridwan Byuntuk lebih memperhatikan dan mengoptimalkan citra merek. Karena hal tersebut sangat mempengaruhi intensi pembelian konsumen terhadap produk Tenun Kubang H.Ridwan By sehingga mampu menghadapi persaingan yang ada.

Hasil dari penelitian ini dapat dikembangkan oleh pelaku usaha sebagai sebuah strategi atau cara dalam memasarkan produk yang dihasilkan agar dapat meningkatkan intensi pembelian konsumen terhadap produk yang ditawarkan objek dengan cara membangun citra merek dengan menyesuaikannya dengan citra perusahaan. Citra perusahaan Tenun Kubang H.Ridwan By sudah sangat baik dan dikenal sebagai perusahaan berprestasi hingga ke Jakarta. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya *event* yang diikuti dan penghargaan yang telah didapatkan perusahaan dari dulu hingga saat ini.

Namun Tenun Kubang H.Ridwan By belum mengoptimalkan pada penyesuaian citra merek dengan citra perusahaan, salah satunya terlihat bahwa responden setuju dengan pernyataan yang diberikan tetapi banyak juga responden yang menjawab kurang setuju terhadap pernyataan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa Tenun Kubang H.Ridwan By harus lebih memperhatikan citra merek produk agar sesuai dengan citra perusahaan dan tidak kalah saing dengan pesaing lainnya.

Penulis berharap agar pelaku usaha lebih meningkatkan/membangun citra merek dari Tenun Kubang H.Ridwan By sehingga mampu mengoptimalkan pemasaran dengan membangun citra merek yang lebih bagus lagi untuk kedepannya. Dengan demikian, perusahaan akan mampu bertahan dalam bidang usaha ini dan memiliki keunggulan dibandingkan pesaing lain serta dapat meningkatkan minat pembelian produk kerajinan tenun yang akan menghasilkan pendapatan yang nantinya akan mempengaruhi jumlah keuntungan bagi pemilik usaha.

### **1.3. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian tentang analisis pengaruh inovasi produk, citra merek terhadap intensi pembelian kerajinan Tenun Kubang H.Ridwan By tidak terlepas dari keterbatasan dan kekurangan yang ada. Keterbatasan dan kekurangan dalam penelitian ini menjadi sumber untuk penelitian di masa yang akan datang. Adapun keterbatasan dan kekurangan dalam penelitian ini adalah :

1. Responden dalam penelitian ini hanya dalam skala kecil yaitu 130 responden yang merupakan konsumen yang mengenal dan mengetahui produk Tenun Kubang H.Ridwan By, peneliti mengambil responden Kabupaten Lima Puluh Kota. Maka hasil penelitian ini hanya bisa diterapkan pada sudut pandang konsumen yang ada di Kabupaten Lima Puluh Kota saja. Hasil yang sama belum tentu didapatkan jika penelitian dilakukan di daerah lain.
2. Lokasi dalam penelitian ini hanya difokuskan untuk wilayah Kabupaten 50 Kota. Maka hasil penelitian ini hanya bisa diterapkan di Kabupaten 50 Kota.

#### 5.4. Saran

Hasil-hasil dari penelitian ini dan keterbatasan-keterbatasan yang ditemukan agar dapat dijadikan sebagai sumber ide dan masukan bagi pengembangan penelitian dimasa yang akan datang, maka perluasan yang disarankan dari penelitian ini antara lain adalah:

##### 1. Bagi pihak Industri Kerajinan Tenun Kubang H.Ridwan By

- a. Industri kerajinan Tenun Kubang H.Ridwan By sebaiknya lebih meningkatkan inovasi produknya menjadi lebih baik lagi, seperti memperbarui teknologi produksinya, memberikan layanan yang lengkap, selalu menjadi yang pertama dalam meluncurkan produk dan menarik kelompok konsumen yang berbeda melalui iklan.
- b. Pihak industri kerajinan Tenun Kubang H.Ridwan By lebih meningkatkan citra merek menjadi semakin bagus lagi, seperti karyawan membangun hubungan yang kuat dengan konsumen melalui merek Tenun Kubang H.Ridwan By. Sebaiknya pelaku usaha memberikan pelatihan dan pengembangan karir terhadap karyawan agar kinerja karyawan dapat sesuai dengan kebutuhan industri sehingga mampu meningkatkan citra merek .

##### 2. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Penelitian ini hanya berfokus pada variabel inovasi produk, citra merek dan intensi pembelian dalam melakukan penelitian ini. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk menambahkan variabel lainnya yang dapat mempengaruhi intensi pembelian pada konsumen seperti variabel

*perceived packaging, service quality, packaging, trust, perceived value, perceived quality, price.*

- b. Penambahan lingkup penelitian yaitu industri kerajinan tenun yang berada di daerah Kabupaten Lima Puluh Kota lainnya dan se-Sumatera Barat. Penelitian dengan variabel yang sama dapat dilakukan dibidang lain yaitu untuk industri kerajinan lain dan tekstil yang ada di Kota Payakumbuh dan Kabupaten Lima Puluh Kota.

1. Bagi pemerintah

Pemerintah diharapkan melakukan promosi yang meluas demi perkembangan Tenun tradisional H.Ridwan Bysebagai salah satu upaya konservasi budaya. Karena tenun tradisional mengandung nilai-nilai budaya yang patut dipertahankan sebagai aset daerah. Serta melakukan pembinaan terhadap usaha tenun H.Ridwan Bymengenai pentingnya inovasi produk dan membangun citra merek.

