

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pada penelitian ini terdapat lima variabel yakni *price*, *design product*, *lifestyle*, *product innovation* dan *purchase decision*. Penelitian ini menggunakan data primer dengan mendistribusikan kuesioner sehingga mendapatkan data yang dibutuhkan. Ukuran sampel pada penelitian ini ada sebanyak 125 responden dengan beberapa kriteria. Pada pembahasan serta penjelasan yang sudah dijabarkan pada bab yang sebelumnya, maka dari ditarik kesimpulan:

1. Variabel *price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision* pada Songket Halaban. Hasil ini menjelaskan bahwa mayoritas pelanggan menyatakan sangat setuju bahwa harga kain Songket Halaban yang ditawarkan sesuai dengan proses pengerjaan yang lama dan harga kain Songket Halaban sesuai dengan kualitas bahan yang digunakan.
2. Variabel *design product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision* pada Songket halaban. Hasil ini menjelaskan bahwa *design* yang diberikan melalui Songket Halaban membuat masyarakat tertarik dan mendorong untuk melakukan *purchase decision* pada Songket Halaban karena pada setiap coraknya memiliki makna kultural Minangkabau yang terkandung dan kain Songket Halaban dapat digunakan dalam berbagai *design product*.

3. Variabel *lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision* pada Songket Halaban. Hasil ini menyatakan bahwa gaya hidup mempengaruhi seseorang dalam melakukan pembelian dan keputusan pembelian, karena gaya hidup yang dijalani seseorang jadi terdorong untuk melakukan *purchase decision* pada Songket Halaban atau untuk melestarikan budaya dan tuntutan pekerjaan yang dimiliki.
4. Variabel *product innovation* berpengaruh positif signifikan terhadap *purchase decision* pada Songket Halaban. Hasil ini menyatakan bahwa inovasi produk yang dilakukan oleh usaha Songket Halaban mampu memikat hati konsumen untuk melakukan keputusan pembelian, yang mana Songket Halaban melakukan kolaborasi dengan *designer* unik untuk memproduksi kain Songket Halaban terbaru.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa dari semua variabel ternyata *lifestyle* memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap *purchase decision* pada Songket Halaban.

5.2 Implikasi Penelitian

Berasarkan dari hasil penelitian yang sudah didapat bisa dimanfaatkan oleh banyak pihak salah satunya bagi usaha Songket Halaban untuk mengidentifikasi factor-faktor yang memiliki dampak terhadap *purchase decision* pada Songket Halaban. Semua variabel yang ada pada penelitian ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision* pada Songket Halaban. Berikut diuraikan implikasi pada penelitian ini:

1. Pada penelitian ini ditemukan hasil bahwa variabel *price* dengan pernyataan mengenai harga kain Songket Halaban bersaing memiliki rata-rata terendah. Dari pernyataan tersebut dapat diartikan bahwa usaha Songket Halaban memberikan harga yang sesuai dengan kualitas Songket yang diberikan kepada pelanggan Songket Halaban. Hal ini bertujuan agar masyarakat tidak ditipu dengan harga Songket yang cukup tinggi dan memberikan nilai tersendiri bagi Songket Halaban, pelanggan Songket Halaban yang menginginkan produk ini sudah pasti tidak akan memperlmasalah harga Songket Halaban yang tidak cukup bersaing dengan harga Songket lain karena melihat dari proses dan hasil dari Songket Halaban, harga yang diberikan kepada pelanggan sudah cukup bersaing mengingat dari proses pembuatannya yang masih manual dan menggunakan bahan baku yang berkualitas.
2. Pada penelitian ini ditemukan hasil bahwa variabel *design product* dengan pernyataan mengenai Songket Halaban mengikuti trend dan perkembangan zaman memiliki rata-rata terendah. Dari pernyataan tersebut hendaknya usaha Songket Halaban mampu mengeluarkan desain terbaru setiap perkembangan zaman tanpa meninggalkan ciri khas corak Songket Halaban, agar masyarakat modern tidak menjadi terlalu kaku jika ingin menggunakan Songket Halaban.
3. Pada penelitian ini ditemukan hasil bahwa variabel *lifestyle* dengan pernyataan mengenai pelanggan Songket Halaban melakukan keputusan pembelian dikarenakan gengsi (*prestige*) yang mereka miliki

memiliki rata-rata terendah. Dari pernyataan tersebut hendaknya usaha Songket Halaban mampu memikat hati para masyarakat dengan sumber daya yang mereka miliki untuk dapat menjadikan Songket Halaban adalah sebuah produk yang bergengsi dan memiliki nilai yang tinggi dimata masyarakat. Sehingga masyarakat yang memiliki Songket Halaban merasa memiliki percaya diri yang tinggi saat menggunakan Songket Halaban.

4. Pada penelitian ini ditemukan hasil bahwa variabel *product innovation* dengan pernyataan mengenai kain Songket Halaban melakukan inovasi yang berubah setiap waktunya memiliki rata-rata terendah. Dari pernyataan tersebut hendaknya usaha Songket Halaban mampu melakukan inovasi produk setiap beberapa jangka waktu agar masyarakat bisa mengenal Songket Halaban adalah sebuah kerajinan asli daerah Halaban, Limapuluh Kota yang memiliki pengrajin inovatif dan mampu melahirkan produk baru dari waktu ke waktu, misalnya sebuah blazer dan produk fashion modern lainnya.
5. Pada penelitian ini ditemukan hasil bahwa variabel *purchase decision* dengan pernyataan pelanggan Songket Halaban melakukan keputusan pembelian dikarenakan tuntutan pekerjaan memiliki rata-rata terendah. Dari pernyataan tersebut hendaknya usaha Songket Halaban mampu melakukan sebuah promosi atau penawaran kepada sebuah instansi untuk melakukan kerja sama dalam pembuatan seragam karyawan, agar

Songket Halaban bisa dikenal lebih luas lagi dan menjadi sebuah icon untuk seragam kantor sambal melestarikan budaya Minangkabau.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, peneliti menyadari bahwa hasil pada penelitian ini masih terbatas dan belum sempurna yang bisa memberikan dampak besar pada penelitian ini. Oleh karena itu, diharapkan untuk penelitian selanjutnya akan memperhatikan keterbatasan dalam penelitian ini. Berikut ini adalah beberapa keterbatasan pada penelitian:

1. Penelitian ini hanya dilakukan kepada kaum wanita yang berada di kota Payakumbuh, Sumatera Barat, sehingga tidak dapat menjangkau responden dari luar kota Payakumbuh yang memiliki *purchase decision* terhadap Songket halaban.
2. Pada penelitian ini, peneliti hanya menggunakan empat variabel independent yakni *price, design product, lifestyle, product innovation* dan satu variabel dependent *purchase decision*. Sehingga penelitian ini tidak dapat menginterpretasikan secara keseluruhan terhadap variabel apa saja yang dapat mempengaruhi *purchase decision* pada Songket Halaban.
3. Objek penelitian ini terbatas hanya pada kaum wanita yang melakukan *purchase decision* pada Songket Halaban dari sekian banyaknya Songket yang ada di Provinsi Sumatera Barat. Sehingga, implikasi dari penelitian ini hanya sinkron untuk kaum wanita yang melakukan *purchase decision* pada Songket Halaban.

5.4 Saran Penelitian

Berikut merupakan saran yang dapat dipertimbangkan untuk penelitian pada waktu mendatang:

1. Pada penelitian selanjutnya disarankan untuk dapat menambah beberapa variabel lain yang dirasa berpengaruh terhadap *purchase decision* pada Songket Halaban seperti variabel *digital marketing* dan *viral marketing* yang dirasa sangat penting untuk ekspansi pasar Songket Halaban.
2. Bagi pemilik atau pengrajin usaha Songket Halaban, disarankan untuk dapat selalu melakukan inovasi produk, memperhatikan kualitas produk dan permintaan pasar serta mampu melakukan kerja sama dengan sebuah instansi untuk dapat menjadi produsen seragam karyawan dan berkolaborasi dengan desainer untuk menciptakan produk Songket Halaban terbaru.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat melakukan penelitian dengan variabel dan objek penelitian yang berbeda dengan penelitian ini agar mendapatkan hasil penelitian yang dapat menambah tinjauan Pustaka.

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan untuk penelitian pada waktu mendatang sebagai referensi mengenai *price, design product, lifestyle, product innovation* dan *purchase decision*.