

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini didasari atas penelitian terdahulu mengenai Pengaruh inovasi produk, *Perceived Quality*, Citra Merek Terhadap Intensi Membeli Produk Kerajinan Enni Design Bordir Di Bukittinggi” Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai sumber data primer. Kuesioner disebarakan kepada 95 orang responden pelanggan dari Enni Bordir di Bukittinggi Data dalam penelitian ini diolah menggunakan program Smart PLS. Berdasarkan hasil pengujian SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan menggunakan Smart PLS maka dapat disimpulkan bahwa:

1. inovasi produk, mempunyai pengaruh berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek Produk Kerajinan Enni Bordir di Bukittinggi, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat inovasi produk, maka akan berdampak pada semakin baik Citra Merek terhadap Produk Kerajinan Enni Bordir di Bukittinggi
2. Citra Merek mempunyai pengaruh berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Quality*, Produk Kerajinan Enni Bordir di Bukittinggi Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat Citra Merek, maka akan berdampak pada semakin baik *Perceived Quality* terhadap Produk Kerajinan Enni Bordir di Bukittinggi

3. Citra Merek mempunyai pengaruh berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi membeli Produk Kerajinan Enni Bordir di Bukittinggi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi citra merek maka akan berdampak pada semakin baik intensi membeli terhadap Produk Kerajinan Enni Bordir di Bukittinggi.
4. *Perceived Quality* mempunyai pengaruh berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi membeli Produk Kerajinan Enni Bordir di Bukittinggi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *Perceived Quality* maka akan berdampak pada semakin baik intensi membeli terhadap Produk Kerajinan Enni Bordir di Bukittinggi.

5.2 Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh. Maka ditemukan beberapa implikasi kebijakan yang harus diambil oleh manajemen Enni Bordir di Bukittinggi agar menciptakan keunggulan kompetitif dengan menjadi perusahaan yang berpusat pada konsumen yang melayani semua segmen dengan menawarkan nilai yang unik untuk masing-masing segmen berdasarkan keunggulan penjualan produk dan pelayanan. Oleh sebab itu, peneliti membuat beberapa bentuk implikasi yang bisa membantu Produk Kerajinan Enni Bordir di Bukit Tinggi dalam meningkatkan inovasi produk, *Brand Image*, *Perceived Quality*, terhadap intensi membeli Produk Kerajinan Enni Bordir di Bukittinggi adalah sebagai berikut :

1. Enni Bordir harus meningkatkan *Service Innovation* terhadap pelanggan seperti menyediakan layanan yang lengkap,

memberikan layanan yang menyenangkan, sangat cepat menangani keluhan dan memperbaiki layanan Internet.

2. Untuk meningkatkan jumlah pengunjung Enni Bordir, manajemen Enni Bordir harus meningkatkan Product Innovation dengan cara **sering** meluncurkan produk baru yang unik untuk dikoleksi, lebih dulu meluncurkan produknya dibanding merek lain, sering meluncurkan produk yang benar-benar baru di pasar, menekankan pada inovasi produk

5.3 Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan penelitian yang penulis sampaikan di akhir penulisan ini adalah sebagai berikut

1. Penelitian ini hanya menganalisis variabel Inovasi produk, *Perceived Quality*, *Brand Image* jadi disarankan untuk peneliti berikutnya untuk dapat menambah variabel lainnya yang dapat menjelaskan lebih mendalam tentang *purchase intention*.

2. Objek penelitian ini hanyalah Pelanggan Enni Bordir di Bukittinggi jadi disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat mengambil objek penelitian yang lain agar kajian tentang variabel-variabel inovasi produk, *Perceived Quality*, Cita merek dan Intensi membeli dapat dipahami secara mendalam.

3. Masih sedikitnya jumlah responden yang dijadikan sampel sehingga hasil

yang ditemukan dalam penelitian ini memiliki tingkat keakuratan yang lemah, sehingga diharapkan untuk kedepannya lebih menambah jumlah sampel.

5.4 Saran-Saran

5.4.1 Bagi Enni Bordir di Bukittinggi

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, penulis memberikan beberapa saran kepada pihak Enni Bordir di Bukittinggi, sebagai berikut :

1. Enni Bordir di Bukittinggi diharapkan dapat melakukan survey secara berkala melalui konsumen, sehingga dapat mengetahui seberapa besar minat konsumen untuk berkunjung ke Enni Bordir di Bukittinggi.
2. Enni Bordir di Bukittinggi harus melakukan inovasi dari berbagai sisi baik secara konsep, differensiasi motif pakaian, metode pelayanan dan promosi kreatif yang sesuai persepsi konsumen sehingga mempengaruhi niat mereka untuk berkunjung.
3. Untuk lebih mendekati diri dengan pelanggan Enni Bordir di Bukittinggi dapat mengelola akun media sosial seperti facebook, instagram atau twitter yang bisa dilacak oleh beragam kalangan dan masyarakat luas sehingga menjadi referensi untuk berkunjung.

5.4.2 Bagi Peneliti yang Akan Datang

1. Penulis menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk menggunakan hubungan *resiprocal* (timbal-balik) dalam hubungan antara variabel Inovasi Produk, *Perceived Quality*, Citra merek, dan intensi membeli.

2. Diharapkan peneliti yang akan datang untuk dapat mengkaji ulang definisi Inovasi Produk, *Perceived Quality*, Citra merek, dan intensi membeli.
3. Diharapkan pada penelitian yang akan datang menggunakan variabel lain selain dari variabel yang digunakan pada penelitian ini.
4. Diharapkan peneliti yang akan datang menambahkan variabel lain, seperti adanya variabel intervening.
5. Diharapkan peneliti yang akan datang mengolah data Smart PLS dengan mengukur dimensi setiap variabel.

