

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh lokasi dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian keripik jagung di UMKM jaya tani kelurahan Gedog Kota Blitar, didapatkan kesimpulan :

1. Variabel lokasi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian keripik jagung Jaya Tani, tetapi pengaruh tersebut tidak signifikan, dengan nilai $P = 0,209$ yang lebih besar dari 0,05 dan koefisien jalur sebesar 0,123. Ini menunjukkan bahwa lokasi belum memberikan dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk keripik jagung Jaya Tani.
2. Variabel *word of mouth* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian produk keripik jagung Jaya Tani, dengan nilai $P = 0,000$ yang lebih kecil dari 0,05 dan koefisien jalur sebesar 0,687. Semakin kuat pengaruh *word of mouth* terhadap produk, semakin besar dampaknya terhadap keputusan pembelian keripik jagung Jaya Tani.
3. Variabel *word of mouth* berpengaruh paling dominan dibandingkan lokasi terhadap keputusan pembelian keripik jagung jaya tani. Berdasarkan data didapatkan bahwa nilai *effect size* pada variabel *word of mouth* yaitu 0.323 lebih besar daripada variabel lokasi yaitu sebesar 0.034.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan diatas,saran yang diajukan dalam penelitian ini, adalah :

1. Kepada pemilik usaha adalah dengan melakukan promosi mengenai lokasi dan produk agar UMKM Jaya Tani lebih dikenal dan lebih mudah ditemukan oleh konsumen.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan agar menambahkan faktor-faktor lain seperti variabel harga, kualitas produk, dan pelayanan yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
3. Variabel *word of mouth* menunjukkan pengaruh yang lebih besar dibandingkan dengan lokasi. Oleh karena itu, diharapkan UMKM Jaya Tani dapat

meningkatkan kualitas layanan dan melaksanakan promosi agar produk lebih dikenal serta informasi mengenai produk lebih mudah diakses oleh konsumen. Salah satu bentuk promosi yang dapat dilakukan adalah melalui internet, terutama media sosial, yang dapat menyebarkan informasi tentang produk serta hal-hal lain yang dapat menarik perhatian konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan Husada Putra. 2016. **Jurnal Analisa Sosiologi Peran UMKM dalam Pembangunan dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora**. 5 (2).
- Ananda, A. D., & Susilowati, D. 2017. **Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif di Kota Malang**. Jurnal Ilmu Ekonomi. 10(10) : 120
- Badan Pusat Statistik Kota Blitar. **Tabel Dinamis Produksi Jagung**. 2020. <https://blitarkota.bps.go.id/site/resultTab>. (Diakses pada 10 Juli 2023).
- Berger, J. (2016). **Contagious: Why Things Catch On**. Simon & Schuster.
- Balitbang. 2015. **Prospek dan Arah Pengembangan Agribisnis : Dukungan Aspek teknologi Pascapanen**. <http://www.litbang.deptan.go.id/special/komoditas/b1pascapanen>. Litbang Pertanian. (Diakses tanggal 19 Juni 2023).
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). **A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)** (2nd ed.). Sage Publications.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). **A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling**. Journal of the Academy of Marketing Science, 43(1), 115-135.
- Islami, N. R. (2018). **Analisis Pengaruh Lokasi Dan Word Of Mouth Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Emping Jagung Di Agroindustri Firdaus Kelurahan Pandanwangi Malang** (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). **Principles of Marketing** (17th ed.). Pearson Education Limited.
- Kim, D. Y., & Kim, H. Y. (2021). **Influencer advertising on social media: The multiple mediating effects of perceived credibility and perceived quality on purchase intention**. Sustainability, 13(4), 1813.
- Lusia Tria Hatmanti Hutami & Bernadetta Diansepti Maharani. 2018. **Jurnal Analisis Perkembangan Penelitian UMKM di Indonesia**. 1 (1).
- Maxmanroe. 2020. **Pengertian Risiko, Jenis, Sumber, Karakteristik, dan Contoh Risiko**. <https://www.maxmanroe.com/vid/umum/pengertian-risiko.html>. (Diakses 19 Maret 2024).
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Yonita, H. L. (2022). **Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Umkm Skck (Stasiun Kuliner**

Canditunggal Kalitengah) Metode Structural Equation Modelling (SEM)-Partial Least. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 391-402.

- Monica Dame Yanti Ambarita, Eva Sartini Bayu, Hot Setiado. 2015 **Program Studi Agroekoteknologi**, Fakultas Pertanian, USU. Medan
- Noor, Dr. Juliansyah, SE., MM. 2015. **Analisis Data Penelitian Ekonomi dan Manajemen**.
- Oyekunle, M., Badu-Apraku, B., Hearne, S., & Franco, J. (2017). **Genetic diversity of tropical early-maturing maize inbreds and their performance in hybrid combinations under drought and optimum growing conditions**. *Field Crops Research*, 200, 143-151.
- Pering, I. (2020). **Kajian Analisis Jalur Dengan Structural Equation Modeling (Sem) Smart-Pls 3.0**. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*. 3. 28-48.
- Sugiyono, Prof. Dr., 2014. **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D**, Alfabeta. Bandung.
- Senna, A. B. (2020). **Pengolahan Pascapanen pada Tanaman Kakao untuk Meningkatkan Mutu Biji Kakao**. *Jurnal Triton*, 11(2), 51-57. <http://jurnal.polbangtanmanokwari.ac.id/index.php/jt/article/view/111/122>. (Diakses 5 Juli 2023).
- Sifa, Ravena. 2016. **Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Persepsi Harga, Lokasi dan Word of Mouth Terhadap Proses Keputusan Pembelian Venus Bakery**. Universitas Islam Negeri Hidayatullah Jakarta.
- Simamora, B. 2014. **Riset Pemasaran Falsafah, Teori, dan Aplikasi**. Jakarta (ID): PT.Gramedia.
- Suparyanto dan Rosad. 2015. **Manajemen Pemasaran**. Bogor : In Media
- Tjiptono, F. 2014. **Pemasaran jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian**. Andi offset: Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 2015. **Pemasaran Jasa**. Bayumedia. Malang.