

## BAB V PENUTUP

### A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan uji statistik yang dilakukan mengenai pengaruh inovasi produk, *brand awareness*, dan *green product* terhadap keputusan pembelian *fashion* muslim pada UMKM Godong Salam “*ecoprint*” dengan metode analisis regresi linier berganda dan uji parsial (uji t), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian *fashion* muslim pada UMKM Godong Salam “*ecoprint*” yang bernilai positif dan signifikan. Hal ini dapat dilihat berdasarkan hasil perhitungan program SPSS bahwa nilai t hitung  $>$  t tabel ( $3,238 > 1,986$ ) dan nilai signifikan  $0,002 < 0,05$ . Apabila terjadi penambahan inovasi produk sebesar 100% atau sebesar 42,7%, yang berarti semakin maksimal inovasi produk yang dilakukan, maka keputusan pembelian produk UMKM Godong Salam “*ecoprint*” akan meningkat.
2. Terdapat pengaruh *brand awareness* terhadap keputusan pembelian *fashion* muslim pada UMKM Godong Salam “*ecoprint*” yang bernilai positif dan signifikan. Hal ini dapat dilihat berdasarkan hasil perhitungan program SPSS bahwa nilai t hitung  $>$  t tabel ( $2,004 > 1,986$ ) dan nilai signifikan  $0,048 < 0,05$ . Apabila terjadi *brand awareness* sebesar 100% atau sebesar 24,3%, yang berarti semakin tinggi kesadaran akan keberadaan merek “Godong Salam” yang dilakukan, maka keputusan pembelian produk UMKM Godong Salam “*ecoprint*” akan meningkat.
3. Terdapat pengaruh *green product* terhadap keputusan pembelian *fashion* muslim pada UMKM Godong Salam “*ecoprint*” yang bernilai positif dan signifikan. Hal ini dapat dilihat berdasarkan hasil perhitungan program SPSS bahwa nilai t hitung  $>$  t tabel ( $6,287 > 1,986$ ) dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Apabila terjadi peningkatan konsep *green product* sebesar 100% atau sebesar 43%, yang berarti semakin maksimal peningkatan konsep

*green product* yang dilakukan, maka keputusan pembelian produk UMKM Godong Salam “*ecoprint*” akan meningkat.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi peneliti berikutnya yang akan melakukan penelitian dengan tema yang sama dapat dijadikan acuan serta dapat mengembangkan penelitian dengan menambah variabel penelitian di luar penelitian ini. Selain itu, dengan meningkatkan kualitas pembahasan dalam analisis uji statistiknya. Hal tersebut karena kemampuan peneliti dalam menjelaskan setiap variabel masih terbatas.
2. Bagi UMKM Godong Salam, inovasi produk, *brand awareness*, dan *green product* harus selalu ditingkatkan agar dapat meningkatkan jumlah keputusan pembelian produk *ecoprint* pada UMKM Godong Salam. Inovasi produk yang beragam, *brand awareness* yang mencapai *top of mind*, dan konsep *green product* yang selalu diterapkan akan mampu meningkatkan penjualan, sehingga UMKM akan mendapatkan laba yang meningkat dan citra produk yang positif.
3. Bagi masyarakat, diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan konsumen terhadap keputusan pembelian dan faktor-faktor yang mempengaruhinya, serta pentingnya kesadaran akan keberadaan produk yang ramah lingkungan dan mempunyai tingkat bahaya yang rendah bagi pengguna dan lingkungan sekitar.

## C. Penutup

*Alhamdulillahirabbil'alamiin*, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq, ridho, dan hidayah-Nya sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini. Peneliti menyadari akan keterbatasan keilmuan dan kemampuan yang dimiliki. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan saran yang mendukung demi perbaikan penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan pembaca. Aamiin.