

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kreativitas, Promosi, Produktivitas dan Harga Terhadap Permintaan Produk UKM Tenun Songket.

Berdasarkan uji koefisien determinasi yang telah dilakukan menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,436. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu Kreativitas, Promosi, Produktivitas dan Harga mampu menerapkan variabel terikat yaitu permintaan produk ukm tenun songket sebesar 43,6% sedangkan sisanya yaitu 56,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Dan berdasarkan hasil penelitian Hipotesis yang telah dilakukan pada pembahasan sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Kreativitas berdasarkan pengujian yang dilakukan, tabel pada uji t diatas menunjukkan variabel kreativitas dapat diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4.709 dengan signifikansi sebesar 5%. Karena  $t_{hitung}$  untuk variabel kreativitas (4.709) lebih besar dari  $t_{tabel}$  (1.994) dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  maka dapat dikatakan bahwa variabel kreativitas secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Permintaan Produk UKM, sehingga membuktikan bahwa  $H_{a1}$  diterima dan  $H_{o1}$  ditolak. Hal ini berarti Kreativita berpengaruh dan signifikan terhadap Permintaan Produk UKM.
2. Variabel Promosi berdasarkan uji yang dilakukan pada uji t diatas menunjukkan variabel promosi dapat diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2.729 dengan signifikansi sebesar 5%. Karena  $t_{hitung}$  untuk variabel promosi (2.729) lebih besar dari  $t_{tabel}$  (1.994) dengan nilai signifikansi sebesar  $0,008 < 0,05$  maka dapat dikatakan bahwa variabel promosi secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Permintaan Produk

3. UKM, sehingga membuktikan bahwa  $H_{a2}$  diterima dan  $H_{o2}$  ditolak. Hal ini berarti Promosi berpengaruh signifikan terhadap Permintaan Produk UKM.
4. Variabel Produktivitas berdasarkan uji yang dilakukan pada uji t diatas menunjukkan bahwa variabel produktivitas dapat diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar -1.279 dengan signifikansi sebesar 5%. Karena  $t_{hitung}$  untuk variabel produktivitas (-1.279) lebih kecil dari  $t_{tabel}$  (1.994) dengan nilai signifikansi sebesar  $0,205 > 0,05$  maka dapat dikatakan bahwa variabel produktivitas secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Permintaan Produk UKM, sehingga membuktikan bahwa  $H_{a3}$  ditolak dan  $H_{o3}$  diterima. Hal ini berarti Produktivitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Permintaan Produk UKM.
5. Variabel Harga berdasarkan uji yang dilakukan pada uji t diatas menunjukkan bahwa variabel Harga dapat diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar -1.992 dengan signifikansi sebesar 5%. Karena  $t_{hitung}$  untuk variabel harga (-1.992) lebih kecil dari  $t_{tabel}$  (1.994) dengan nilai signifikansi sebesar  $0,050 > 0,05$  maka dapat dikatakan bahwa variabel Harga secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Permintaan Produk UKM, sehingga membuktikan bahwa  $H_{a4}$  ditolak dan  $H_{o4}$  diterima. Hal ini berarti Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Permintaan Produk UKM.
6. Variabel Kreativitas, Promosi, Produktivitas dan Harga Berdasarkan hasil perhitungan uji F dapat dilihat ke empat variabel bebas yaitu Kreativitas, Promosi, Produktivitas, dan Harga bahwa nilai signifikan adalah sebesar 0,000 dan nilai Fhitung sebesar 8.307. Dasar Permintaan Produk UKM adalah jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ( $Sig < 0,05$ ) maka kesimpulannya adalah signifikan. Terlihat pada tabel di

atas diperoleh nilai signifikansi (0,000) lebih kecil dari 0,05. Maka keputusannya adalah signifikan. Artinya  $H_{a5}$  diterima dan  $H_{o5}$  ditolak yang menunjukkan secara bersama-sama (simultan) seluruh variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan adanya beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan beberapa saran yaitu sebagai berikut:

### **1. Bagi Pemilik UKM Tenun Songket**

Sebaiknya perusahaan lebih melihat kembali harga yang ditetapkan dan begitu juga dengan produktivitas agar konsumen lebih tertarik terhadap tenun songket dan pengaruh bagi permintaan produk tenun songket juga ikut meningkat. Jika harga stabil dan produktivitas ditingkatkan membuat produk tenun songket banyak dinikmati dan meningkatkan permintaan produk itu sendiri.

### **2. Bagi Akademisi**

Penelitian ini bisa dijadikan bahan referensi dan dokumentasi bagi pihak kampus selain jurnal dan buku yang sudah ada. Selain itu pihak kampus harus selalu meningkatkan kualitas karya hasil penelitian bagi semua mahasiswanya.

### **3. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan penelitian ini bisa dijadikan referensi yang berkaitan dengan pengaruh kreativitas, promosi, produktivitas dan harga terhadap permintaan produk ukm tenun songket. Selain itu, disarankan untuk mengembangkan variabel independen yang mempengaruhi permintaan produk.