

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang motivasi dan inovasi produk terhadap keberhasilan usaha roti, dengan kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Variabel motivasi dan inovasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Dengan nilai signifikan $0,003 < 0,05$ dan nilai thitung $3,032 > 1,993$.
2. kontribusi pada motivasi dan inovasi produk didapat dengan nilai $0,379$ dan jika dipersentasekan $37,9 \%$. Artinya besaran motivasi dan inovasi produk pada penelitian ini terdapat $37,9 \%$ pengaruhnya sedangkan sisanya sebanyak $62,1 \%$ yang mana tidak dimasukkan pada penelitian ini.
3. Kurangnya kesadaran pada UMKM dalam melakukan inovasi, padahal saat ini sudah menggunakan berbagai media sosial, tetapi masih banyak yang masih menggunakan cara konvensional.

6.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah di paparkan, maka terdapat saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-sarannya sebagai berikut :

1. Diharapkan kepada penelitian selanjutnya agar menggunakan variabel-variabel analisis lainnya, agar banyak menambah hasil penelitian.

2. Diharapkan kepada penelitian selanjutnya agar memperluas teori sehingga hasil penelitian tentang motivasi dan inovasi produk dapat menciptakan keberhasilan usaha menjadi lebih baik dan akurat.
3. Diharapkan penelitian ini bisa menjadi referensi kepada peneliti selanjutnya.
4. Diharapkan kepada UMKM Roti di Bangko agar terus memberikan inovasi produk agar konsumen merasa puas dan menjadi pelanggan.