

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh pada konsumen produk Maicih milik Reza, Maicih milik Bob, dan Keripik Karuhun Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia Bandung angkatan 2011 mengenai Kemasan terhadap Keputusan Pembelian, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Deskripsi Kemasan menurut tanggapan konsumen produk Maicih milik Reza, Maicih milik Bob, dan Keripik Karuhun Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia Bandung angkatan 2011 secara umum berada pada kategori sangat baik, sedangkan dengan penilaian yang terdiri dari indikator tipografi pada desain kemasan produk, warna pada desain kemasan produk, citra pada desain kemasan produk, dan struktur pada desain kemasan produk diperoleh hasil bahwa indikator struktur pada desain kemasan produk mendapatkan penilaian tertinggi, sedangkan indikator warna pada desain kemasan produk mendapatkan penilaian terendah.
2. Deskripsi Keputusan Pembelian menurut tanggapan konsumen produk Maicih milik Reza, Maicih milik Bob, dan Keripik Karuhun Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia Bandung angkatan 2011 secara umum berada pada kategori baik, sedangkan dengan penilaian yang terdiri dari indikator pemilihan produk, saluran pembelian, jumlah pembelian, dan waktu pembelian diperoleh hasil bahwa indikator waktu pembelian mendapatkan penilaian tertinggi, sedangkan indikator saluran pembelian mendapatkan penilaian terendah.
3. Hasil koefisien korelasi antara variabel Kemasan dan Keputusan Pembelian termasuk kedalam tingkat hubungan yang cukup kuat

dengan persentase sebesar 37% sedangkan sisanya sebesar 63% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian yang dilakukan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian yang telah dikemukakan mengenai Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen produk Maicih milik Reza, Maicih milik Bob, dan Keripik Karuhun Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia Bandung angkatan 2011, peneliti mengajukan beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pemecahan masalah dan dapat dijadikan masukan bagi pihak terkait khususnya manajemen ketiga produk yang menjadi subjek penelitian, umumnya adalah konsumen dari produk ketiga produk yang menjadi subjek penelitian:

1. Dilihat dari indikator warna pada variabel Kemasan yang rendah, disarankan perusahaan dari Maicih milik Reza, Maicih milik Bob, dan Keripik Karuhun harus lebih memiliki paduan warna yang lebih menarik bagi konsumen agar keseluruhan indikator pada kemasan produk bisa seimbang sehingga membuat kemasan yang ditampilkan dapat memperbesar keputusan pembelian bagi konsumen.
2. Dilihat dari indikator saluran pembelian pada variabel Keputusan Pembelian yang rendah, disarankan perusahaan dari Maicih milik Reza, Maicih milik Bob, dan Keripik Karuhun harus lebih meningkatkan penjualannya melalui akses pembelian yang diperluas, pelayanan penjualan yang diperbaiki, dan ketersediaan jenis produk yang harus selalu tersedia bagi konsumen agar keseluruhan indikator pada keputusan pembelian bisa seimbang sehingga dapat memperbesar daya beli konsumen terhadap produk.
3. Menurut hasil pertanyaan terbuka pada konsumen, didapatkan hasil bahwa sebagian besar dari konsumen mengeluhkan mengenai minimnya tingkat promosi yang dilakukan oleh perusahaan Maicih milik Reza, Maicih milik Bob, dan Keripik Karuhun. Disarankan agar ketiga perusahaan tersebut lebih memaksimalkan promosi produknya

melalui acara *event* atau kegiatan CSR yang dapat memberikan dampak positif serta citra yang baik bagi konsumen dengan harapan masyarakat menjadi lebih *aware* terhadap produk dari ketiga perusahaan keripik pedas terdepan di Bandung yang dapat membuat peningkatan daya beli masyarakat.

4. Disarankan untuk penelitian selanjutnya mengenai atribut produk Kemasan terhadap Keputusan Pembelian, untuk mengkaji lebih luas objek yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian melalui atribut produk yang lain seperti *Merk*, *Labelling*, *Supplementary Service*, dan *Guarantee*.