

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian teori, hasil penelitian, dan pengujian analisis regresi yang dilaksanakan mengenai pengaruh strategi diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian gerai Prima Rasa Picnic cabang Ciledug-Garut pada konsumen Choco.Dol dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Gambaran umum mengenai strategi diferensiasi produk Choco.Dol yang terdiri dari fitur (*features*), kualitas kinerja (*performance quality*), kesesuaian kualitas (*conformance quality*), daya tahan (*durability*), keandalan (*reliability*) dan yang terakhir gaya (*style*) berada pada kategori tinggi. Indikator strategi diferensiasi produk yang paling tinggi adalah keandalan dan kesesuaian kualitas, khususnya dalam hal kualitas dodol pada Choco.Dol, hal tersebut dapat meningkatkan daya tarik konsumen untuk mencoba produk inovasi dari dodol Picnic yang sudah sukses menjadi *market leader* dodol di Kabupaten Garut. Sedangkan indikator yang paling rendah adalah daya tahan yaitu ketahanan dari produk itu sendiri, hal tersebut pasti dirasakan oleh responden karena ketahanan produk tergantung cara penyimpanan yang dilakukan oleh konsumen.
2. Gambaran secara keseluruhan mengenai Keputusan Pembelian produk Choco.Dol dinilai tinggi. Untuk indikator yang mendapat perolehan nilai tertinggi adalah metode pembayaran yaitu cara konsumen dapat membeli produk dengan cara yang mudah. Untuk indikator yang memiliki perolehan paling rendah adalah pemilihan jumlah pembelian yaitu frekuensi pembelian Choco.Dol.
3. Terdapat pengaruh yang positif antara strategi diferensiasi produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen Choco.Dol pada gerai Prima Rasa Picnic cabang Ciledug-Garut.

Diketahui berdasarkan koefisien korelasi terdapat hubungan yang sedang antara variabel diferensiasi produk yang diukur melalui indikator fitur (*features*), kualitas kinerja (*performance quality*), kesesuaian kualitas (*conformance quality*), daya tahan (*durability*), keandalan (*reliability*) dan yang terakhir gaya (*style*) dengan variabel keputusan pembelian yang berdasarkan pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran pembelian, jumlah pembelian, waktu pembelian dan metode pembelian

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh dan temuan yang dihasilkan, maka penulis menyatakan beberapa hal sebagai berikut dengan harapan dapat memberi manfaat dan menjadi masukan bagi industri makanan khususnya bagi Choco.Dol.

1. Produsen makanan atau camilan khususnya makanan khas daerah diharapkan bisa lebih memodifikasi produk juga packaging agar daya tahan produk bisa tahan lebih lama tanpa mengurangi kualitas produk.
2. Perusahaan diharapkan bisa membuat packaging yang bervariasi dari segi bentuk agar lebih menarik konsumen. Selain itu dengan lebih memperhatikan faktor-faktor pendukung seperti tester yang harus selalu tersedia dengan kondisi baik, informasi mengenai produk yang lebih jelas, promosi-promosi yang perlu diperbanyak dan pelayanan yang perlu ditingkatkan untuk mendorong emosional konsumen saat menentukan jumlah pembelian.
3. Saran untuk penelitian berikutnya yaitu diharapkan peneliti melakukan studi terhadap Choco.Dol melalui variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, diantaranya mengenai faktor *marketing*, bauran pemasaran, *brand image*, iklan juga *store atmosphere* sehingga memberikan hasil yang maksimal dan kontribusi yang maksimal pula untuk peneliti dan perusahaan tersebut.