

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial kualitas produk berpengaruh positif terhadap volume penjualan.
2. Secara parsial kemasan tidak berpengaruh terhadap volume penjualan. Berpengaruh negatif ini dimungkinkan **"hanya terjadi pada kasus makanan khas Ciwidey Kabupaten Bandung saja"**. Karena bertentangan dengan teori yang menyatakan bahwa kemasan berpengaruh positif terhadap volume penjualan. Hal ini juga disebabkan oleh unit analisis pada penelitian yang seharusnya dilakukan kepada konsumen bukan terhadap pedagang atau kemungkinan karena faktor lain yang membutuhkan penelitian yang lebih lanjut yang tidak diteliti oleh penulis.
3. Secara simultan kualitas produk dan kemasan berpengaruh positif terhadap volume penjualan. Besaran pengaruh sebesar 87,98%, sisanya sebesar 12,02% merupakan faktor lain yang tidak diteliti.

5.2 Saran

Atas dasar hasil penelitian yang telah diuraikan dan kesimpulan yang telah diperoleh maka penulis mengajukan beberapa saran agar volume penjualan meningkat sebagai berikut:

1. Kualitas produk makanan khas Ciwidey Kabupaten Bandung harus lebih ditingkatkan kembali agar menjadi lebih bagus terutama dalam aspek kekahasan rasa, aroma, kemungkinan terjadi kerusakan pada makanan, standar kualitas, dan daya tarik bentuk produk.
2. Kemasan produk makanan khas Ciwidey Kabupaten Bandung harus lebih ditingkatkan dan diperhatikan kembali agar menjadi lebih bagus terutama dalam aspek kemudahan penggunaan, daya tarik dalam kemasan, kekuatan bahan kemasan, kejelasan informasi, tulisan, design gambar, dan daya tarik warna kemasan.
3. Dalam penelitian pada kasus yang serupa seperti makanan khas yang akan diteliti selanjutnya, hendaknya unit analisisnya ditujukan kepada konsumen bukan kepada pedagang karena bagaimanapun konsumen lebih tau dan lebih bisa menilai tentang kemasan suatu produk yang dibelinya bukan pedagang dan juga perlu penelitian yang lebih lanjut terhadap faktor lain yang mempengaruhi volume penjualan yang tidak diteliti oleh penulis.

Jadi diharapkan dengan peningkatan dari dua aspek kualitas produk dan kemasan tersebut kepuasan konsumen akan tercapai, sehingga pembelian meningkat yang berdampak pada volume penjualan yang semakin meningkat.