

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan berikut ini disampaikan “Analisis Sikap dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kue Kering” maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi keputusan pembelian pada kue kering di Kota Bogor mulai yang paling penting sampai dengan kurang penting adalah kadaluarsa, tekstur, produk variatif, aroma, kemasan, ukuran, rasa, dan harga yang terjangkau.
2. Sikap konsumen dalam pembelian kue kering di Kota Bogor termasuk dalam katagori baik. dan perilaku konsumen yang positif sesuai dengan strategi yang diambil perusahaan.
3. Rekomendasi strategi bauran pemasaran dalam pembelian kue kering De’Balqis, dalam hal produk atribut rasa sangat baik karena kue kering De’Balqis memiliki beberapa rasa yang di tawarkan. Untuk atribut ukuran sudah menjadi lebih baik dari apa yang di harapkan oleh konsumen Untuk atribut aroma sudah memenuhi ekspetasi pelanggan. Dan atribut tekstur pada kue kering De’Balqis sudah sesuai dengan standar keinginan konsumen. Atribut kadaluarsa yang terletak pada kemasan kue kering De’balqis masih belum memenuhi keinginan konsumen. Oleh karena itu, perusahaan kue kering De’Balqis perlu

melakukan pengecekan ulang terhadap keterangan informasi yang terdapat pada kemasan. Atribut produk yang variatif blum memenuhi keinginan konsumen kue kering De'Balqis. Karena saat ini hanya terdapat lima variatif produk. Dengan variatif tersebut maka perusahaan kue kering De'Balqis dapat menerapkan strategi *line filling* dengan menambah variasi produk baru. Dan untuk atribut kemasan tidak memenuhi keinginan konsumen. Oleh karena itu, langkah pertama yang sebaiknya dilakukan dengan menyesuaikan media desain untuk kemasan yang tepat dan desain mengikuti zaman. Dengan kemasan lebih *colour full*, membuat konsumen lebih tertarik karena warna kemasan tidak hanya itu itu saja.

Penyusunan strategi harga yang dilakukan perusahaan sangat baik. Dengan menerapkan harga rendah atau *penetration pricing* agar produk kue kering De'Balqis dapat dibeli secara terjangkau oleh konsumen.

B. Saran

1. Saran untuk perusahaan :

- a) Strategi Produk yang dapat dipertahankan di kue kering De'Balqis adalah memperthankan kepercayaan dengan rasa yang beragam, mempertahankan aroma yang terdapat pada kue kering De'Balqis saat tutup toples sebelum atau sesudah dibuka, mempertahankan ukuran yang efisien agar mudah di bawa kemana-mana, dan mempertahankan tekstur yang renyah.

Sebaiknya, perusahaan meningkatkan lagi kepercayaan konsumen pada kemasan yang unik dan inovatif membawa manfaat bagi produsen dan konsumen. Untuk informasi kadaluarsa perlu melakukan pengecekan ulang terhadap keterangan informasi yang terdapat pada kemasan, karena jika keterangan kadaluarsa yang tertera pada kemasan dapat terlihat jelas maka dapat lebih meyakinkan konsumen apakah produk tersebut masih layak di konsumsi atau sudah tidak layak di konsumsi. Dan produk yang variatif perusahaan kue kering De'Balqis dapat menerapkan strategi *line filling* dengan menambah variasi produk baru.

- b) Strategi harga pada produk kue kering De'Balqis adalah mempertahankan harga jual kue kering De'Balqis yang sesuai dengan segmen menengah ke bawah dengan memberikan harga yang rendah atau terjangkau.

2. Saran untuk peneliti selanjutnya

Diharapkan untuk peneliti selanjutnya, peneliti dapat meneliti atribut apa yang sekiranya belum ada didalam penelitian ini seperti kehalalan produk, warna, maupun bentuk produk dan serta menambahkan objek sejenis yang tidak terdapat di dalam penelitian ini.