

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil uji hipotesis, secara keseluruhan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis gambaran Kualitas Produk diperoleh nilai rata – rata terbesar yaitu Produk Makece memiliki tekstur yang lembut dan empuk dan indikator yang memperoleh rata – rata terendah yaitu Terdapat keterangan info tentang Produk Makece tidak mudah basi. Hasil analisis dan olah data penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk tidak berpengaruh positif dan signifikan.
2. Berdasarkan analisis gambaran *Digital Marketing* diperoleh nilai rata rata terbesar yaitu harga Produk Makece mampu bersaing dengan produk lain dan indikator yang memperoleh nilai rata – rata terendah yaitu Penjual Produk Makece sering memberikan info diskon menarik melalui sosial media. Hasil analisis dan olah data penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Digital Marketing* berpengaruh positif dan signifikan sebesar 10,23%
3. Hasil analisis dan olah data menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif secara simultan dan signifikan antara Kualitas Produk dan *Digital Marketing* terhadap Preferensi Konsumen Makece sebesar 11%, hal ini menunjukan bahwa Kualitas Produk dan *Digital Marketing* kurang efektif dilakukan untuk meningkatkan Preferensi Konsumen Makece.

### B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang ada, saran yang dapat penulis sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, indikator dengan nilai rata – rata terkecil pada variabel Kualitas Produk yaitu Terdapat keterangan info tentang Produk Makece tidak mudah basi. Dengan demikian sebaiknya pihak perusahaan harus lebih memperhatikan keterangan info tentang produk Makece tidak mudah basi untuk dicetak pada bagian *Packaging* yang mudah dilihat agar para pelanggan langsung mengetahui tanggal expired produk tersebut. Pihak perusahaan juga harus terus memberi pemahaman kepada pelangganya melalui para *resellernya* agar para pelanggan lebih memahami tentang Kualitas Produk yang diberikan.
2. Berdasarkan hasil penelitian, indikator dengan nilai rata – rata terkecil pada variabel *Digital Marketing* yaitu Penjual Produk Makece sering memberikan info diskon menarik melalui sosial media. Dengan demikian sebaiknya pihak perusahaan harus lebih memperhatikan keterangan info tentang diskon menarik yang akan disebarakan di media sosial secara jelas dan menarik agar para konsumen bisa melihat dan paham tentang keterangan info diskon produk Makece. Pihak perusahaan juga harus terus memberi pemahaman kepada konsumen melalui para *resellernya* agar para pelanggan lebih memahami tentang *Digital Marketing*.
3. Berdasarkan hasil penelitian, indikator dengan nilai rata – rata terkecil pada variabel Preferensi Konsumen yaitu Saya membeli Produk Makece karena bisa dijadikan sebagai cemilan atau makanan pencuci mulut. Dalam hal ini peneliti mengindikasi banyaknya konsumen yang merasa bosan dengan camilan yang sama dengan produk lain. Untuk mengantisipasi hal tersebut, pihak perusahaan harus lebih menginovasi produknya dengan cara membuat camilan yang unik dan tidak pasaran contohnya seperti *snack* kulit pisang, rasanya yang pedas manis atau asam manis.