

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai Pengaruh Variasi, Harga Dan Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Aice pada Masyarakat Kecamatan Kesambi Kota Cirebon, bahwa :

1. Hasil dari uji secara parsial sebesar 3.850, bahwa Variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin tinggi tingkat kreatifitas tingkat produsen untuk meningkatkan variasi produknya maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk membeli produk tersebut. Indikator variasi produk ukuran, harga dan tampilan desain.
2. Hasil dari uji secara parsial sebesar 5.286, bahwa harga produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya Semakin terjangkau harga es krim Aice maka semakin tinggi minat masyarakat untuk membeli Aice. Masyarakat membutuhkan harga es krim yang terjangkau, es krim dengan harga yang murah dan sesuai dengan rasanya tetapi tetap memiliki kualitas es krim yang terbaik.
3. Hasil dari uji secara parsial sebesar – 2.729, bahwa kemasan produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya Kemasan Semakin menarik bahan logo warna yang digunakan oleh produsen maka semakin tinggi tingkat keputusan konsumen membeli produk tersebut.
4. Hasil dari uji F secara simultan atau Bersama-sama sebesar 39.196 bahwa Variasi, harga, dan kemasan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya Variasi produk semakin beragam variasi produknya maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk membeli. Semakin terjangkau harganya dan semakin menarik sederhana kemasannya maka semakin banyak minat masyarakat kesambi membeli produk Aice.

B. Implikasi

1. Produsen seperti Aice dapat memanfaatkan preferensi konsumen terhadap tampilan dan variasi produk untuk meningkatkan penjualan. Desain kemasan yang unik dan menarik, seperti bentuk es krim mochi yang bundar atau es krim jagung yang menyerupai bentuk aslinya, mampu menarik perhatian konsumen di toko atau minimarket. Variasi rasa dan ukuran juga memberikan pilihan yang lebih luas bagi konsumen, sehingga mereka bisa memilih produk yang paling sesuai dengan selera dan kebutuhan mereka, seperti camilan ringan atau makanan penutup.
2. Strategi harga yang terjangkau seperti yang dilakukan Aice terbukti efektif dalam menarik konsumen dari berbagai lapisan masyarakat. Di wilayah seperti Kecamatan Kesambi, di mana daya beli masyarakat bervariasi, harga yang murah namun berkualitas menjadi kunci sukses penjualan. Produsen lain dapat belajar dari strategi ini, bahwa kombinasi antara kualitas produk dan harga yang sesuai dengan kemampuan konsumen akan meningkatkan minat beli dan loyalitas pelanggan. Selain itu, dengan harga yang stabil dan masuk akal, Aice mampu bersaing dengan merek-merek es krim lain yang harganya lebih tinggi.
3. Strategi kemasan Aice menunjukkan bahwa desain visual yang menarik dapat menjadi alat pemasaran yang efektif. Kemasan yang modern dan berwarna cerah mampu menarik perhatian konsumen, bahkan sebelum mereka mencoba produknya. Di wilayah seperti Kecamatan Kesambi, kemasan yang menonjol di rak penjualan meningkatkan kemungkinan pembelian impulsif. Hal ini membuktikan bahwa produsen tidak hanya perlu fokus pada rasa dan harga, tetapi juga pada tampilan produk.

C. Saran

Peneliti menyadari adanya beberapa keterbatasan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti memberikan sejumlah rekomendasi yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian serupa di masa mendatang. Rekomendasi tersebut mencakup hal-hal berikut :

1. Variabel penelitian hanya Mencakup Variasi, Harga dan Kemasan Produk, Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain, seperti Citra Merek, kualitas produk, Label Halal, untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif dan relevan dengan kebutuhan pasar.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk memperluas populasi penelitian ke wilayah lain atau populasi yang lebih heterogen agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan secara lebih luas. Selain itu, sampel yang digunakan sebaiknya diperbanyak untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas data. Penelitian selanjutnya juga dapat mempertimbangkan penggunaan metode campuran (mixed methods) untuk menggali data lebih mendalam.
3. Bagi perusahaan, disarankan untuk menerapkan strategi yang berfokus pada variasi produk, harga yang kompetitif, kemasan yang menarik, serta promosi yang tepat sasaran, perusahaan diharapkan dapat meningkatkan daya saingnya di pasar dan memperkuat loyalitas konsumen di wilayah Kesambi, Kota Cirebon.