BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan bab IV mengenai Diferensiasi Produk dan Media Iklan terhadap Keputusan Pembelian Dodol Nanas Mekar Sari Khotimah di Wilayah Jalan Cagak Subang, maka penulis membuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggapan konsumen tentang diferensiasi produk Dodol Nanas Mekar Sari Khotimah di Wilayah Jalan Cagak Subang sudah dinilai cukup diferen. Indikator yang paling tidak sesuai menurut konsumen adalah pada dimensi Keistimewaan yaitu ciri khusus yang membedakan produk dodol yang satu dengan produk dodol lainnya.
2. Tanggapan konsumen tentang media iklan Dodol Nanas Mekar Sari Khotimah di Wilayah Jalan Cagak Subang sudah dinilai tidak baik. Indikator yang paling tidak sesuai menurut konsumen adalah pada Media Cetak yang digunakan dalam sarana promosi Dodol Nanas Mekar Sari Khotimah di Wilayah Jalan Cagak Subang.
3. Tanggapan konsumen tentang keputusan pembelian Dodol Nanas Mekar Sari Khotimah di Wilayah Jalan Cagak Subang sudah cukup berpengaruh. Indikator yang paling tidak sesuai menurut konsumen adalah pada Prilaku

Pasca Pembelian Dodol Nanas Mekar Sari Khotimah di Wilayah Jalan Cagak Subang.

4. Secara simultan terdapat pengaruh tinggi serta kuat dan signifikan antara diferensiasi produk dan media iklan terhadap keputusan pembelian dan sisanya merupakan variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial yang memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian difernsiasi produk dengan pengaruh yang tinggi serta kuat dengan besar pengaruh dan variabel media iklan tidak memberikan pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di toko Dodol Nanas Mekar Sari Khotimah di Wilayah Jalan Cagak Subang. Maka penulis memberikan saran yang dapat dijadikan masukan dari penulis kepada pihak toko Dodol Nanas Mekar Sari Khotimah di Wilayah Jalan Cagak Subang yaitu :

1. Dikarenakan tanggapan konsumen terhadap diferensiasi produk sudah di nilai cukup, maka toko Dodol Nanas Mekar Sari Khotimah di Wilayah Jalan Cagak Subang harus lebih memperhatikan tentang keistimewaan produk dodol agar mempunyai ciri khas secara khusus yang membedakan dengan produk lain yang sejenis, karena daya tarik dodol di mata konsumen sangatlah kurang.

2. Toko Dodol Nanas Mekar Sari Khotimah di Wilayah Jalan Cagak Subang sudah melakukan promosi yang baik namun sarana promosi media cetak yang dilakukan kurang efektif,sehingga perlu adanya inovasi baru dalam berpromosi atau memperbaiki cara promosi dengan media cetak.
3. Keputusan pembelian di toko Dodol Nanas Mekar Sari Khotimah di Wilayah Jalan Cagak Subang masih kurang dikarenakan produk yang ditawarkan belum mempunyai ciri khas yang membuat konsumen kurang tertarik,selain itu konsumen lebih tertarik membeli oleh-oleh sesuai cri khas daerah yng dikunjungi,sehingga dodol menjadi pilhan kedua.
4. Toko Dodol Nanas Mekar Sari Khotimah di Wilayah Jalan Cagak Subang alangkah baiknya lebih memperhatikan diferensiasi produk agar lebih banyak lagi masyarakat yang mengetahui dan tertarik untuk membeli di toko Dodol Nanas Mekar Sari Khotimah di Wilayah Jalan Cagak Subang dengan cara lebih meningkatkan lagi inovasi penciptaan produk lain yang sejenisa. Sedangkan untuk media iklan, karena media iklan sudah cukup baik dan konsumen hanya baru mengetahui sedikit tentang produk yang ditawarknperlu maka perlu adanya peningkatan promosi untuk mensosialisasi kan produk kita kepada publik untuk meningkatkan daya tarik tersendiri bagi calon konsumen.