

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Atribut produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian almond crispy UD Sofia Cookies. Sedangkan atribut kemasan berpengaruh tidak signifikan terhadap Keputusan almond crispy UD Sofia Cookies karena memiliki nilai *p-values* > 0,05. Harga sesuai kualitas produk yang mencakup aspek warna, rasa, aroma dan tekstur yang disukai konsumen memiliki pengaruh besar terhadap preferensi konsumen. Rasa dari produk *almond crispy* UD Sofia Cookies yang gurih, manis dan asin memberikan pengaruh besar terhadap penilaian konsumen terhadap keputusan pembelian. Sedangkan pada atribut kemasan tidak mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli *almond crispy* UD Sofia Cookies.
2. Atribut harga merupakan variabel yang menjadi pertimbangan utama konsumen dalam membeli produk *almond crispy* UD Sofia Cookies karena memiliki nilai *T-statistic* paling tinggi atau lebih besar dibandingkan dengan variabel lain, yaitu sebesar 2,258 dan memiliki nilai *P-Value* paling kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,013.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, saran yang dapat diberikan untuk UD Sofia Cookies adalah agar lebih meningkatkan atribut kemasan mulai dari variasi ukuran, desain kemasan dan label kemasan karena menurut hasil penelitian masih perlu diperhatikan atau di tingkatkan agar keputusan pembelian semakin baik terhadap produk *almond crispy*.