

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

1. Mayoritas konsumen yang membeli ialah perempuan yang dimana usia dari semua konsumen sudah sangat dewasa untuk menentukan keputusan pembelian. Pengunjung wingko "LOE LAN ING" mayoritas adalah dalam kecamatan Babat sendiri karena letak gerai berada didekat pasar Babat yang dimana pusat perbelanjaan para warga untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sebagian besar responden memiliki jenjang pendidikan yang diatas standart yaitu lulusan Diploma, sedangkan untuk pekerjaan responden di dominasi oleh PNS (Pegawai Negeri Sipil). Untuk tingkat pendapatan responden mayoritas masuk pada golongan tingkat atas dan pada status pernikahan responden kebanyakan yang sudah menikah/berumah tangga.
2. Dalam penelitian ini hanya tiga dari lima variabel yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk wingko LOE LAN ING di Babat secara signifikan. Variabel yang tidak dapat mengalami signifikan adalah variabel desain kemasan dan variabel nama merek. Variabel desain kemasan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian wingko LOE LAN ING karena responden kebanyakan membeli bukan karena desain kemasan yang menurut mereka sama saja dengan desain kemasan wingko merek lain, untuk bahan yang digunakan desain kemasannya ini juga termasuk yang standart dan warna yang digunakan juga cenderung tidak cerah. Sedangkan untuk variabel nama merek yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian wingko LOE LAN ING ini dikarenakan nama yang digunakan terlalu sulit untuk di hapal dan diucapkan.