

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Kemasan sebuah produk memberikan dampak positif dan nyata terhadap keputusan pembelian konsumen Keripik Tempe Rohani. Begitu pula kualitas produk yang juga terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, meskipun dengan besaran kontribusi yang lebih kecil dibandingkan kemasan produk.
2. Berdasarkan keempat variabel prediktor yang dianalisis, harga dan kuantitas serta transparansi vs estetika terbukti berpengaruh signifikan dalam menentukan peluang konsumen memilih kemasan plastik dibandingkan kemasan modern. Transparansi visual produk menjadi prediktor paling dominan, mencerminkan bahwa konsumen Keripik Tempe Rohani lebih mempercayai bukti visual langsung dibandingkan daya tarik estetika kemasan yang tertutup. Sementara itu, varian rasa dan kelengkapan informasi tidak terbukti signifikan sebagai pembeda pemilihan kemasan.

5.2 Saran

1. UMKM Keripik Tempe Rohani disarankan untuk mempertahankan strategi dua varian kemasan yang sudah terbukti efektif secara empiris. Kemasan plastik transparan tetap diposisikan sebagai pilihan utama konsumen lokal yang berorientasi pada nilai ekonomis dan transparansi visual, sementara kemasan modern terus dikembangkan untuk menjangkau segmen konsumen

yang mengutamakan estetika dan kepraktisan sebagai produk oleh-oleh khas Malang.

2. UMKM Rohani disarankan mengevaluasi penetapan harga kemasan modern dengan mempertimbangkan penambahan pilihan ukuran yang lebih besar dan harga yang lebih kompetitif, sehingga dapat menjangkau konsumen yang berorientasi pada nilai ekonomis