

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian mengenai karakteristik dan keunikan kemasan produk terhadap keputusan pembelian impulsif konsumen coklat CV. Niky Berkah Abadi, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. (H₁) menyatakan pengaruh karakteristik produk terhadap keputusan pembelian impulsif konsumen coklat CV. Niky Berkah Abadi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial karakteristik produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian impulsif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa karakteristik produk sangat berpengaruh dalam menarik konsumen CV. Niky Berkah Abadi untuk melakukan pembelian impulsif.
2. (H₂) menyatakan pengaruh keunikan kemasan produk terhadap keputusan pembelian impulsif konsumen coklat CV. Niky Berkah Abadi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial keunikan kemasan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian impulsif. Diperlukan adanya inovasi-inovasi baru agar kemasan produk coklat CV. Niky Berkah Abadi mampu bersaing dengan dengan

perusahaan lain sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian impulsif pada konsumen.

3. (H₃) menyatakan pengaruh karakteristik dan keunikan kemasan produk terhadap keputusan pembelian impulsif konsumen coklat CV. Niky Berkah Abadi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan (bersama-sama) karakteristik dan keunikan kemasan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian impulsif.

B. Saran

1. Bagi CV. Niky Berkah Abadi

Dari hasil analisis dan perkembangan yang telah diuraikan, maka untuk menarik dan meningkatkan jumlah pembelian, hal yang perlu dilakukan terkait dengan karakteristik dan keunikan kemasan produk terhadap keputusan pembelian impulsif pada perusahaan CV. Niky Berkah Abadi:

- a) Kepada perusahaan yang bersangkutan yakni CV. Niky Berkah Abadi hendaknya memperhatikan lebih cermat karakteristik yang dimiliki perusahaan sehingga tetap konsisten memperhatikan kualitas produk agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Ciri khas produk juga dapat dimaksimalkan agar konsumen dapat membedakan produk coklat CV. Niky Berkah Abadi dengan produk coklat perusahaan lain.

- b) Pada CV. Niky Berkah Abadi agar lebih memperhatikan keunikan kemasan produk coklatnya dengan melakukan inovasi-inovasi baru sehingga kemasan tidak monoton dan tetap sesuai dengan selera konsumen.
- c) Maraknya produk olahan coklat dapat mengalihkan perhatian konsumen sehingga memungkinkan akan beralih ke produk tersebut. Untuk itu diperlukan adanya suatu pelayanan dan strategi yang baik untuk menarik konsumen sehingga konsumen akan merasa yakin dan akan terdorong untuk melakukan pembelian produk coklat di CV. Niky Berkah Abadi.

2. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan bagi pihak-pihak yang membutuhkan serta dapat menambah informasi dan pengetahuan yang berkaitan dengan pengaruh karakteristik dan keunikan kemasan produk terhadap keputusan pembelian impulsif.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dalam meningkatkan jumlah konsumen yang melakukan keputusan pembelian impulsif pada CV. Niky Berkah Abadi tidak hanya menggunakan karakteristik dan keunikan kemasan produk saja. Tentunya masih banyak faktor-faktor lain yang mempengaruhi. Oleh karena itu, peneliti menyarankan agar peneliti selanjutnya menggunakan faktor-faktor

lain yang belum dipakai dalam penelitian ini. Hal ini dimaksudkan agar penelitian yang dilakukan lebih berkembang.