

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *packaging*, *branding*, *labelling*, dan *e-commerce* terhadap keputusan pembelian roti kering UD New Tweety. Berdasarkan hasil analisis, data yang dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 21, berikut adalah kesimpulan dari penelitian ini:

1. Variabel *packaging* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian, artinya semakin baik *packaging* semakin tinggi pula keputusan pembelian produk UD New Tweety.
2. Variabel *branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian, artinya semakin baik *packaging* semakin tinggi pula keputusan pembelian produk UD New Tweety.
3. Variabel *labelling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian, artinya semakin baik *packaging* semakin tinggi pula keputusan pembelian produk UD New Tweety.
4. Variabel *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian, artinya semakin baik *packaging* semakin tinggi pula keputusan pembelian produk UD New Tweety.

#### B. Implikasi dan Saran

##### 1. Implikasi

Berdasarkan implikasi hasil penelitian, beberapa implikasi penelitian ini mencakup:

- a. Implikasi Teoritis: Hasil penelitian ini memberikan kontribusi literatur akademis di bidang pemasaran dan perilaku konsumen dengan menegaskan pentingnya *packaging*, *branding*, *labelling*, dan *e-commerce* dalam mempengaruhi keputusan pembelian produk UD New Tweety.
- b. Implikasi Praktis : Bagi perusahaan, temuan ini memberikan wawasan yang berguna dalam merancang strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan *packaging*, *branding*, *labelling*, dan *e-commerce* dalam keputusan pembelian UD New Tweety. Perusahaan dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk memahami lebih baik faktor-faktor yang mempengaruhi *packaging* dengan daya tarik visual yang seimbang dan tidak mudah rusak, *brand image* yang baik, berisikan informasi yang sesuai pada *labelling*, serta terdapat *platform e-commerce* yang lengkap untuk memudahkan transaksi pembelian konsumen.

## 2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut.

- a. Bagi Pemilik Usaha

UD New Tweety harus fokus untuk terus meningkatkan kepercayaan konsumen dalam keputusan pembelian. Untuk melakukan ini, UD New Tweety dapat meningkatkan kualitas produk

seperti meningkatkan kualitas maupun kuantitas produk, dan harus lebih luas dalam memasarkan produknya.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat memengaruhi keputusan pembelian, misalnya faktor kebudayaan, sosial, personal, dan psikologis konsumen. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti keputusan pembelian dan mengembangkan faktor-faktor yang memengaruhi tingkat penjualan UD New Tweety ataupun produk dan jasa dari perusahaan lainnya baik di bidang yang sama ataupun berbeda.

c. Konsumen

Diharapkan kepada para konsumen agar memperhatikan selalu *packaging*, *branding*, *labelling* dan *e-commerce* sebelum membeli produk tersebut karena masih banyak para penjual diluar sana yang menjual produk-produk yang akan dibeli konsumen tanpa memperhatikan kelayakan produk yang dijual. Terutama penjualan melalui *e-commerce*, diharapkan konsumen dapat berbelanja atau membeli ulang produk tersebut pada toko aslinya atau sesuai penilaian yang baik agar tidak ketipu oleh oknum penjual lain yang mereplika produk tersebut. Setelah dilakukan penelitian ini hendaknya para konsumen memiliki keputusan pembelian terhadap roti kering UD

New Tweety karena produk ini sudah lama dan masih mengalami penjualan yang cukup baik.