

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Upaya keripik maicih Bandung dalam menciptakan diferensiasi produk dilakukan melalui 4 indikator yaitu bentuk, keistimewaan, kualitas, dan mutu kesesuaian tergolong cukup baik meskipun masih ada yang kurang setuju, akan tetapi upaya dalam menciptakan diferensiasi produk yang telah dilakukan keripik maicih Bandung, dapat diterima oleh para konsumen dengan memberi respon yang cukup baik. Bentuk kemasan yang unik, keistimewaan kualitas dan logo yang baik, kualitas produk yang dapat memenuhi kepuasan kebutuhan pelanggan, serta mutu kesesuaiannya yang sudah sesuai dengan spesifikasi kualitas serta rasa, membuat konsumen merasa cukup puas untuk membeli keripik maicih Bandung.
2. Tanggapan pelanggan tentang upaya Keripik Maicih dalam menciptakan diferensiasi produk termasuk dalam kategori cukup baik, dilihat dari usaha keripik maicih dalam menginovasikan produknya.
3. Keputusan pembelian konsumen keripik maicih Bandung termasuk dalam kategori cukup baik, dilihat dari lima sub keputusan yaitu product choice, brand choice, purchase amount,

purchase timing, dan method payment yang mampu mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian konsumen.

4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Diferensiasi Produk dengan keputusan pembelian konsumen keripik maich Bandung dengan tingkat pengaruh yang cukup erat.

Dari pembahasan di BAB IV tentang tanggapan pelanggan akan upaya keripik maich Bandung dalam menciptakan diferensiasi produk terdapat beberapa masalah, yaitu:

- a. Konsumen masih belum bisa melihat keunikan yang dimiliki keripik maich dari segi bentuk fisik keripik, sehingga mereka menganggap bentuk keripik maich sama saja serta tidak memiliki keunikan bentuk.
- b. Konsumen kurang merasakan keistimewaan / kekhasan rasa yang dimiliki keripik maich, sehingga mereka menganggap rasa keripik maich sama dengan keripik siingkong pedas pada umumnya.
- c. Konsumen kurang melihat citra baik yang dimiliki keripik maich, sehingga mereka menganggap keripik maich memiliki citra yang buruk dibandingkan pesaingnya.

5.2 Saran

- a. Guna menanggulangi permasalahan “konsumen masih belum bisa melihat keunikan yang dimiliki keripik maich dari segi bentuk fisik keripik” seharusnya keripik maich harus memvisualisasikan

bentuk keripik Maicih dengan cara mendesain gambar kemasan bagian luar maicih yaitu berupa bentuk keripik maicih nya sehingga berbeda dibanding pesaingnya.

- b. Guna menanggulangi permasalahan “Konsumen kurang merasakan keistimewaan / kekhasan rasa yang dimiliki keripik maicih” sebaiknya keripik maicih menyediakan tester pada setiap counter penjualan keripik maicih agar supaya konsumen dapat merasakan kekhasan rasa yang dimiliki keripik maicih sebelum membeli.
- c. Guna menanggulangi permasalahan “Konsumen kurang merasakan citra merek yang baik yang dimiliki keripik maicih” sebaiknya keripik maicih mengkomunikasikan brand value yang dimilikinya kepada konsumen.