

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Karakteristik konsumen keripik buah didominasi oleh laki-laki yang berusia antara 18 sampai 40 tahun yang berprofesi sebagai karyawan swasta dan berstatus menikah dengan tingkat pendapatan kurang dari Rp 2.500.000,00 dan berpendidikan tingkat SMA, diploma/S1. Kebanyakan konsumen berasal dari kota Malang dengan menggunakan sepeda motor sebagai alat transportasi.
2. Proses pengambilan keputusan pembelian keripik buah, konsumen menyatakan penting untuk membeli keripik buah yang dapat digunakan sebagai makanan cemilan dan sebagai oleh-oleh. Konsumen mendapatkan sumber informasi mengenai keripik buah dari teman dan keluarga. Harga merupakan pertimbangan utama dalam membeli keripik buah. Solusi yang diambil oleh konsumen ketika keripik yang diinginkan habis atau tidak tersedia adalah dengan membeli macam keripik buah yang lain. Pada pembelian pertama kali sebagian besar konsumen sudah merencanakan dan pada pembelian selanjutnya didasarkan pada ketergantungan situasi. Dalam satu bulan kebanyakan konsumen membeli keripik buah sebanyak 2 kali. Pembelian keripik buah yang paling diminati adalah keripik nangka dengan berat kemasan 100 gram.

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan keripik buah yaitu:
 - a. Faktor pribadi: didalam faktor pribadi terdapat faktor usia, jenis kelamin dan daerah asal. Dimana dalam faktor usia, tidak terdapat hubungan antara usia dengan variable frekuensi pembelian, macam produk, dan berat kemasan. Namun, terdapat hubungan dengan variabel jumlah pembelian keripik buah. Dalam faktor jenis kelamin, terdapat hubungan antara jenis kelamin dengan variabel jumlah pembelian dan berat kemasan. Namun, tidak terdapat hubungan dengan variable frekuensi pembelian dan berat kemasan keripik buah. Pada daerah asal, terdapat hubungan antara daerah asal dengan variabel jumlah pembelian, dan tidak terdapat hubungan dengan variable frekuensi pembelian, macam produk dan berat kemasan.
 - b. Faktor sosial: didalam faktor sosial terdapat dua faktor, yaitu: faktor pekerjaan dan pendapatan. Faktor sosial, tidak mempengaruhi terhadap keputusan pembelian keripik buah baik variable frekuensi pembelian, jumlah pembelian, macam produk, dan berat kemasan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka saran yang dapat direkomendasikan adalah :

1. Produsen sebaiknya lebih mengencarkan promosi tentang keripik buah sehingga konsumen tidak hanya berasal dari daerah kota Malang, dan dengan adanya promosi diharapkan pangsa pasar dari perusahaan akan semakin luas.

2. Pihak produsen supaya lebih mempromosikan produk keripik buah melalui media elektronik maupun media cetak.
3. Untuk penelitian selanjutnya yang menggunakan analisis *chi-square* diharapkan dapat menambah jumlah sampel yang digunakan agar hasilnya akan lebih baik.