

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Pada bab ini penulis menguraikan kesimpulan dan memberikan beberapa saran yang berhubungan dengan hasil penelitian penulis yang berjudul “pengaruh kemasan produk lays terhadap perilaku konsumen”.

#### **V.1 Kesimpulan**

Adapun hasil penelitian merupakan hasil pengolahan data dari jawaban responden yang diambil sebanyak 71 kuesioner. Sampel dalam penelitian ini adalah siswa/i kelas X SMA Hang Tuah 1 Jakarta Selatan. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan aplikasi program *Statistic Package Social Science* (SPSS) versi 21.0 *for windows*. Berdasarkan hasil penelitian kesimpulan dari pengaruh kemasan produk Lays terhadap perilaku konsumen pada siswa/i kelas X SMA Hang Tuah 1 ialah :

1. Terdapat hubungan antara pengaruh kemasan produk Lays dengan perilaku konsumen. Maka dapat dikatakan bahwa hubungan variabel X (kemasan) dengan variabel Y (perilaku konsumen) berada dalam kategori hubungan yang sangat tinggi sehingga kekuatan hubungan antara kemasan produk Lays terhadap perilaku konsumen saling berkaitan satu sama lain yang memperkuat hubungan kedua variabel.
2. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa pengaruh kemasan produk Lays pada perilaku konsumen. Hal ini dapat dilihat dari tingginya konsumen yang memilih dan mengkonsumsi produk Lays. Dengan pengaruh kemasan yang dilakukan oleh Lays untuk meningkatkan daya tarik terutama untuk konsumen.
3. Hasil uji hipotesis bahwa variabel kemasan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel perilaku konsumen.
4. Besar pengaruh kemasan produk Lays dapat menarik ketertarikan konsumen melalui kemasan yang di desain dengan menarik dan harga yang ditawarkan terjangkau dibanding produk lainnya. Dengan adanya ukuran dan varian rasa yang diberikan Lays pada setiap kemasan untuk

menarik perhatian agar konsumen tertarik untuk membeli dan mengkonsumsinya.

5. Berdasarkan hasil penelitian adanya arah hubungan yang positif antara kemasan produk Lays terhadap perilaku konsumen.

## V.2 Saran

Setelah melakukan penelitian pada kemasan produk Lays terhadap perilaku konsumen dan melihat hasil penelitian maka dapat diberikan saran yang mungkin bermanfaat, yaitu :

1. Untuk produsen diharapkan lebih mengenal lagi bahwa kemasan dapat membantu mencegah atau mengurangi kerusakan, melindungi produk yang ada didalamnya, melindungi dari bahaya pencemaran serta gangguan fisik (gesekan, benturan, getaran), selain itu kemasan yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan nilai jual.
2. Kemasan harus dibuat lebih elegan agar tidak hanya remaja yang menyukai, tetapi semua usia.
3. Untuk meningkatkan perilaku konsumen dalam pembelian hal ini keinginan konsumen untuk membeli produk yang berlanjut pada pembelian. Lays harus memberikan *sample product* secara Cuma-Cuma, sering melakukan riset agar bisa melakukan inovasi.
4. Saat penyebaran kuesioner jangan pada waktu dimana siswa/i sedang sibuk waktu belajar, sebaiknya penyebaran kuesioner dilakukan saat siswa/i mempunyai waktu luang. Hal ini akan memberikan kenyamanan dan konsentrasi bagi siswa/i dalam menjawab pernyataan pada kuesioner sehingga data yang dihasilkan lengkap dan dapat diolah.