

BAB V

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didiskusikan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Desain kemasan visual berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi merek.
2. Desain kemasan visual berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kualitas.
3. Desain kemasan visual berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi nilai.
4. Persepsi kualitas berpengaruh tidak signifikan terhadap preferensi merek.
5. Persepsi nilai berpengaruh positif signifikan terhadap preferensi merek.
6. Persepsi kualitas berpengaruh positif signifikan terhadap persepsi nilai.
7. Persepsi kualitas tidak memediasi desain kemasan visual terhadap preferensi merek.
8. Persepsi nilai dapat memediasi desain kemasan visual terhadap preferensi merek secara signifikan.
9. Persepsi nilai dapat memediasi persepsi kualitas terhadap preferensi merek.

B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, implikasi yang dapat diberikan penelitian untuk pertimbangan pengambilan keputusan di masa depan adalah sebagai berikut:

1. Implikasi Manajerial

Preferensi merek dapat menjadi cara bagi perusahaan SilverQueen untuk meningkatkan dan memaksimalkan keuntungan perusahaan. Untuk meningkatkan preferensi merek, SilverQueen dapat memberikan perhatian khusus pada daya tarik mereknya seperti menyediakan kemasan visual produk yang menarik, menyediakan produk yang dapat memberikan kesan enak saat dikonsumsi, memberikan ciri khas tersendiri bagi produk agar konsumen dapat mengenal produk, dan dengan cara lain yang dapat mendorong konsumen memilih merek.

Faktor lain yang dapat membantu SilverQueen meningkatkan preferensi merek mereka adalah memperhatikan nilai yang ditawarkan produk dapat tersampaikan kepada konsumen sehingga konsumen benar-benar merasakan manfaat atas penggunaan produk, menyediakan produk dalam segala ukuran dengan biaya yang bervariasi sehingga konsumen dapat memilih salah satu yang cocok untuk mereka sehingga berdampak pada preferensi merek konsumen dan dapat meningkatkan penjualan dan keuntungan perusahaan.

2. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti masa depan dengan mengembangkan variabel independen lainnya dan variabel dependen yang berpotensi memengaruhi preferensi merek konsumen produk coklat, khususnya untuk konsumen produk SilverQueen dengan harapan penelitian selanjutnya akan lebih baik dari peneliti sebelumnya.

C. Keterbatasan

Pada penelitian ini diperoleh hasil uji *goodness of fit* yang masih berada pada kriteria *marginal fit*. Hasil ini nantinya bisa menjadi sebuah perbaikan pada penelitian yang akan datang, peneliti dapat memodifikasi model atau variabel seperti menambahkan kepuasan konsumen agar mendapatkan kriteria model struktural yang baik (*good fit*). Selain itu, penelitian ini menggunakan kriteria responden berdasarkan jenis kelamin. Dimana hasil menunjukkan bahwa jenis kelamin perempuan ditemukan lebih banyak mengonsumsi produk coklat daripada laki-laki. Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan jenis kelamin sebagai variabel moderasi.