BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik Kesimpulan pada penelitian kali ini sebagai berikut:

1. Hasil deskriptif menunjukkan bahwa faktor utama yang berpengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian oleh-oleh makanan di Surakarta adalah Lokasi Pembelian menempati nilai tertinggi dengan nilai sebesar 1650, Kemasan menempati peringkat kedua adalah kemasan dengan nilai sebesar 1637, dan Keunikan Produk menempati peringkat ketiga dengan nilai sebesar 1630.
2. Hasil uji korelasi, menunjukkan korelasi positif signifikan kuat antara jenis kelamin dan kemasan unik dengan nilai *person correlation* = 0.129 dan sig (2-tailed) = 0.010. Hal ini dapat diartikan, bahwa jenis kelamin konsumen tidak mempengaruhi minat seseorang dalam memilih kemasan yang unik. Selain itu, terdapat hubungan positif yang kuat antara usia dan kemasan unik (*person correlation* = 0.100, sig = 0.063). artinya, semakin tua usia responden, mereka cenderung lebih memperhatikan kemasan yang unik pada produk oleh-oleh makanan Surakarta.

6.2 Saran

Berdasarkan Kesimpulan di atas maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)

UMKM dapat mengembangkan inovasi produk makanan oleh-oleh yang lebih beragam, seperti varian rasa baru atau kemasan yang lebih menarik dan tahan lama. Peningkatan kualitas produk dan layanan agar dapat bersaing dengan oleh-oleh dari daerah lain seperti bakpia yogyakarta. Selain itu, meningkatkan promosi melalui media sosial dan e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar. Serta menjalin kemitraan dengan agen travel, penginapan dan pusat oleh-oleh produk yang mudah ditemukan oleh wisatawan.

2. Bagi pemerintah kota suarakarta

Pemerintah dapat mengadakan festival atau bazar oleh-oleh suarakarta untuk mempromosikan khas lokal secara rutin. Berikan pelatihan kewirausahaan dan manajemen bisnis bagi umkm serta dukungan modal atau subsidi untuk pengembangan produk. Mendorong sertifikat produk halal atau label kualitas lainnya agar kepercayaan konsumen meningkat. Kembangkan platform e-commerce khusus untuk produk oleh-oleh khas suarakarta agar lebih dikenal pasar nasional maupun internasional.

3. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian selanjutnya dapat fokus pada analisis perilaku konsumen secara lebih mendalam untuk memahami preferensi makanan oleh-oleh tertentu. Penelitian bisa memperdalam strategi pemasaran digital yang paling efektif untuk meningkatkan penjualan oleh-oleh makanan. Dalam tahap mengembangkan studi tentang efektivitas kemasan ramah lingkungan dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian dapat memperluas cakupan produk oleh-oleh selain makanan dan batik untuk melihat peluang lainnya.