

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait pengaruh kualitas dan harga produk es krim Aice terhadap *consumptive behavior* atau perilaku konsumtif dapat ditarik kesimpulan sebagaimana yang ditulis dalam rumusan masalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk es krim Aice tidak berpengaruh secara parsial terhadap *consumptive behavior* bagi konsumen di Asrama Ar-Roudloh Lirboyo Kediri. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil uji T pada variabel Kualitas Produk (X1) lebih kecil dibanding dengan nilai t tabel.
2. Harga produk es krim Aice berpengaruh secara parsial terhadap *consumptive behavior* bagi konsumen di Asrama Ar-Roudloh Lirboyo Kediri. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil uji T pada variabel Harga Produk (X2) lebih besar dibanding dengan nilai t tabel.
3. Kualitas dan Harga produk es krim Aice berpengaruh secara simultan terhadap *consumptive behavior* bagi konsumen di Asrama Ar-Roudloh Lirboyo Kediri. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil uji F, nilai F hitung lebih besar dibanding dengan nilai F tabel.

B. Saran

1. Bagi Perusahaan Es Krim Aice

Perusahaan diharapkan dapat mempertahankan produk es krim Aice sebagai produk yang menawarkan harga terjangkau dengan berbagai varian yang selalu inovatif karena berdasarkan hasil penelitian ini menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh terhadap pembelian impulsive konsumen. Hal tersebut juga dilihat dari pasar es krim di Indonesia masih sangat potensial. Meskipun hasil penelitian ini mengatakan bahwa kualitas tidak berpengaruh, Perusahaan harus tetap menjaga kualitas produk dan varian rasa dan kemasan yang menarik. Karena hal tersebut menjadi salah satu indikator penting dalam membangun kepercayaan konsumen.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel-variabel lain untuk dikembangkan dan berpotensi memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif serta dapat lebih memperluas jangkauan responden.