BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa inovasi kemasan produk dapat menciptakan *brand identity*. pengembangan produk melalui inovasi kemasan baru untuk produk pizza DF Bakery Cake and Cookies dimulai dari tahap melahirkan ide atau gagasan, penyaringan ide, pengembangan konsep, serta pengembangan produk. Penelitian ini menghasilkan kemasan baru untuk produk pizza DF Bakery Cake and Cookies yang bertujuan untuk menciptakan *brand identity* sehingga menjadi pembeda antara produk DF Bakery Cake and Cookies dengan produk lainnya. Kemasan produk yang dihasilkan mengimplementasikan variabel desain kemasan dari teori Nilsson dan Ostrom yaitu desain grafis yang terdiri dari nama merek, warna, tipografi, dan gambar, desain struktur yang terdiri dari bentuk, ukuran, dan material, serta informasi produk. Untuk informasi produk ada beberapa hal yang dicantumkan pada desain kemasan yaitu logo halal, nomor P-IRT, jenis pizza, alamat, kontak pemesanan, dan *expired date.*

B. Saran

Brand identity pada sebuah kemasan menjadi sebuah hal yang penting bagi sebuah produk karena berfungsi sebagai pembeda dari *brand* lain. Untuk penelitian selanjutnya peneliti diharapkan mampu mengembangkan desain kemasan yang dapat memenuhi kebutuhan dan sesuai dengan karakteristik produk. Untuk meningkatkan jangkauan pasar, industri rumahan lainnya perlu menyadari pentingnya kemasan produk yang berkualitas.