

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data pada bab 4, hasil penelitian ini dapat disimpulkan:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan gaya hidup sehat terhadap niat beli *sorbet* Ghiaccio. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 4,837 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,00 < 0,05$ , dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,382.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan pengetahuan produk terhadap niat beli *sorbet* Ghiaccio. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 4,538 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,00 < 0,05$ , dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,318.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi harga terhadap niat beli *sorbet* Ghiaccio. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 3,771 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,00 < 0,05$ , dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,238.

#### 5.2 Saran

##### 5.2.1 Saran Akademis

Adapun yang menjadi saran teoritis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perlu adanya pendalaman teori lebih dalam mengenai gaya hidup sehat, pengetahuan produk dan persepsi harga sehingga pembahasan yang diberikan pada penelitian dapat lebih menjelaskan pengaruh gaya hidup sehat, pengetahuan produk dan persepsi harga terhadap niat beli.
2. Penelitian ini menjelaskan seberapa besar pengaruh variable gaya hidup sehat, pengetahuan produk dan persepsi harga secara simultan terhadap niat beli yaitu sebesar enam puluh tujuh koma satu persen, sehingga pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat dilakukan penelitian lebih dalam mengenai variable-variabel lain yang mempengaruhi niat beli yang tidak diteliti pada penelitian ini.

### 5.2.2 Saran Praktis

1. Ghiaccio diharapkan mampu membuat tampilan desain dan bentuk kemasan yang unik sehingga dapat memiliki nilai jual dibanding produk sejenis, produk yang memiliki nilai baik dari segi tampilan maupun segi rasa serta manfaat yang ditawarkan sangat menentukan atas niat beli dari calon konsumen.
2. Harapan kepada Ghiaccio agar dapat meningkatkan kualitas perusahaanya dengan menyuarakan gaya hidup sehat dengan mengonsumsi produk yang ditawarkan, memberikan informasi produk secara lengkap agar calon konsumen memiliki pengetahuan produk yang baik, dan menetapkan harga jual produk yang sesuai dengan persepsi harga dari calon konsumen yang dilihat dari kualitas produk, serta harga produk sejenis atau produk kompetitor..

### 5.2.3 Saran untuk Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain dalam meneliti gaya hidup sehat, pengetahuan produk, dan persepsi harga terhadap niat pembelian produk, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap responden sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia. Selanjutnya bisa ditambahkan variabel-variabel lain seperti *word of mouth* (WOM) dan sikap konsumen yang mempengaruhi niat beli calon konsumen yang sudah pernah diteliti oleh penelitian terdahulu..

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya meliputi variabel gaya hidup sehat, pengetahuan produk, dan persepsi harga terhadap niat beli *sorbet* Ghiaccio, Masih ada faktor lain yang belum diteliti oleh peneliti yang dapat meningkatkan niat beli. Selanjutnya bisa ditambahkan variabel-variabel lain seperti *word of mouth* (WOM) dan sikap konsumen yang mempengaruhi niat beli calon konsumen yang sudah pernah diteliti oleh penelitian terdahulu..
2. Dalam situasi pandemi Covid19, peneliti hanya bisa mengambil data melalui penyebaran kuesioner secara online, sehingga data

yang diperoleh sangat terbatas, dan juga ada beberapa pertanyaan bilamana secara online mungkin salah pengertian yang ditangkap oleh para responden yang dapat menimbulkan beberapa persepsi dalam mengisi kuesioner.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Sylvia 2020. "Analisis Faktor Gaya Hidup Sehat dan Social Media Marketing Terhadap Niat Beli Pada Followers Instagram Herbalife Indonesia", Diakses pada 12 Juli 2021, pukul 19.00 WIB., didapat dari <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/30780>.
- Arikunto, S., 2013, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi, Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Beritasatu.com 2019, Konsumsi Buah dan Sayur Anak Indonesia Masih Rendah, diakses pada tanggal 17 Maret 2021, Pukul 21.00 WIB, didapat dalam <https://www.beritasatu.com/feriawanhidayat/kesehatan/567651/konsumsi-buah-dan-sayuran-Indonesia-masih-rendah#:~:text=Country%20General%20Manager%20Beko%20Indonesia,sekitar%20400%20gram%20per%20hari>.
- Cahyarani, Inas, 2018. "Pengaruh Gaya Hidup Sehat, Sikap Konsumen dan Persepsi Harga Terhadap Niat Pembelian Produk Makanan Organik", *Jurnal Manajemen*, Vol. 01, No 2
- Campina.co.id, 2020, Public Expose PT Campina Ice Cream Industry TBK. diakses pada tanggal 14 Februari 2021, Pukul 19.00 WIB, didapat dalam <https://www.campina.co.id/v4/wpcontent/uploads/2020/01/MateriPublic-Expose-CAMP-2018.pdf>
- Durianto, dkk., 2013, *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuinitas dan Perilaku Merek*, Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama
- Fadhullah, dkk, 2018, "Pengaruh Gaya Hidup, Pengetahuan Konsumen, dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Mitsubishi Di PT. Sun STar Motor Kediri", *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Vol. 01, No 03. Hlm. 87-120
- Halodoc.com, 2019, "Hidup Sehat", diakses pada tanggal 9 Maret 2021, Pukul 20.00 WIB, didapat dalam <https://www.halodoc.com/kesehatan/hidup-sehat>
- Kotler, P., dan Keller, K.L., 2016, *Marketing Management*, England: British Library Cataloguing-In-Publication Data
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler & Armstrong, 2013, Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga
- Kumparan.com, 2018, "Gaya Hidup Sehat" .Diakses pada 14 Februari 2021 Pukul 17:30 WIB. Didapat dalam <https://kumparan.com/habbasyifa-syifa/gaya-hidup-sehat>
- Latief, A. (2018), "Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa), *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Vol.07, No 1, Maret: Pp 90-99.
- Mangafić, Jasmina., 2017, "Consumer Innovativeness and Organic Food Purchase Intentions". *Economic Journal*, Vol. 06, No.3.
- Muhammad, Abdallah., 2014, "Analisis Minat Menabung Pada Bank Syariah Di Kalangan Siswa Sma Di Kota Medan (Studi Kasus: Siswa Madrasah Aliyah Negeri)" *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 3, No. 7. Hlm. 436-447.
- Nulufi, Kris., 2015, "Minat Beli Sebagai Mediasi Pengaruh Brand Image dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Batik Di Pekalongan", Diakses pada 30 Agustus 2021, pukul 20.00 WIB, didapat dari <http://lib.unnes.ac.id/21905/1/7311411028-s.pdf>
- Oktaviani, Lusia., 2014, Analisis Pengaruh Brand Image (Citra Merek), Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Mie Instan Supermi: Program Sarjana Universitas Diponegoro Semarang, Didapat Dari [http://eprints.undip.ac.id/43790/1/18\\_OKTAVIANI.pdf](http://eprints.undip.ac.id/43790/1/18_OKTAVIANI.pdf)
- Priyatno, D., 2013, *Analisis Korelasi, Regresi Dan Multivariate Dengan SPSS*, Yogyakarta: Gava Media.
- Purnomo, Eko., Aini, Y., dan Makmur., 2016, Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Beras Lokal: Program Sarjana Universitas Pasir Pengaraian, Didapat dari <https://media.neliti.com/media/publications/109973-ID-pengaruh-harga-kualitas-produk-dan-lokas.pdf>
- Syaifulloh, Muhammad., 2013, "Pengaruh Gaya Hidup Sehat dan Interactive Marketing Terhadap Niat Beli Quaker Oats". Diakses pada 20 Juni 2021, pukul 12.00 WIB., didapat dari <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/6272>.

- Syafitri, Dita., 2014, "Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menjadi Donatur Baitul Maal Hidayatullah Cabang Kediri", Diakses pada 05 Juli 2021 Pukul 13:30 WIB. Didapat dalam <https://ejournal.unair.ac.id/JESTT/article/download/472/277>
- Salim, Syahrums, 2012, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Cipta Pustaka.
- Sugiyono, 2016, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, cv.
- Trends.google.co.id, Makanan sehat, diakses pada tanggal 21 Februari 2021, Pukul 21.00 WIB, didapat dalam <https://trends.google.co.id/trends/explore?date=today%205&geo=ID&q=makanan%20sehat>
- Trends.google.co.id, Gaya Hidup Sehat, diakses pada tanggal 20 Februari 2021, Pukul 20.00 WIB, didapat dalam <https://trends.google.co.id/trends/explore?date=today%205&geo=ID&q=gaya%20hidup%20sehat>
- William, Christopher., 2014, "Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Ice Cream di De Boliva Surabaya", *Jurnal Manajemen Perhotelan*, Vol. 02, No 2
- Wikipedia.org , Product Lifecycle Management (Marketing), diakses pada tanggal 14 Februari 2021, Pukul 19.30 WIB, didapat dalam [https://en.wikipedia.org/wiki/Product\\_lifecycle\\_management\\_\(marketing\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Product_lifecycle_management_(marketing))
- Zefanya, Daniel., 2019, "Pengaruh Product Knowledge dan Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention Di Cafe Starbucks The Square Surabaya", *Jurnal Ekonomi*, Vol.03, No 5, Pp 67-88.