

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Desain kemasan berpengaruh positif tetapi pengaruhnya tidak signifikan terhadap minat beli pada Pros Indonesia. Sehingga hipotesis 1 yang menyatakan desain kemasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ditolak.
2. Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada Pros Indonesia. Sehingga hipotesis 2 yang menyatakan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli diterima
3. Kesadaran kesehatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada Pros Indonesia. Sehingga hipotesis 3 yang menyatakan kesadaran kesehatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli diterima

5.2 Saran

Dari hasil penelitian ini dapat diberikan saran-saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Saran Akademis

Perlu adanya pendalaman teori mengenai para ahli mengenai variabel desain kemasan, harga, kesadaran kesehatan sehingga pembahasan mengenai penelitian dapat lebih menjelaskan pengaruh desain kemasan, harga, dan kesadaran kesehatan terhadap minat beli. Penambahan mengenai faktor lain atau variabel bebas diluar penelitian ini, seperti persepsi harga, pengaruh nilai, dan kepedulian keamanan pangan. Pada penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pengujian outlier sehingga mendapatkan hasil yang lebih signifikan.

2. Saran Praktis

Harga yang ditawarkan oleh Pros kepada konsumen dapat dipertahankan atau ditingkatkan kembali sesuai dengan daya beli konsumen atau mengukur daya beli konsumen dalam membeli produk Pros karena dengan adanya kontrol pada kestabilan harga dapat menarik daya beli konsumen untuk membandingkan harga dengan kualitas yang diberikan, dan value tinggi protein dari ikan dapat ditonjolkan melalui variabel harga. Kesadaran kesehatan yang

dilakukan oleh Pros dengan mengangkat issue sosial kesehatan yaitu stunting, maka Pros dapat menyajikan fenomena sosial stunting dengan cara membagikan konten di sosial media atau mengikuti penyuluhan agar kesadaran kesehatan terus meningkat dan menimbulkan minat beli pada produk Pros Indonesia.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya berfokus pada rentan usia 18-55 tahun, sedangkan kriteria responden salah satunya orang tua yang memiliki anak diatas 2 tahun, yang dimana bukan hanya rentan usia tersebut yang memiliki anak diatas 2 tahun sehingga cakupan responden cukup terbatas. Terdapat pernyataan kuesioner yang bermakna ganda atau kurang dipahami oleh responden sehingga menimbulkan persepsi ketika responden membaca dan menjawab pernyataan dari kuesioner. Terdapat screening outlier sebesar 8,5% (9 responden) (Bukti outlier terlampir di data lampiran).

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian, M, G., Irawan, A., Pengaruh nilai, kesadaran Kesehatan, dan kepedulian keamanan pangan terhadap niat beli makanan organic di kota Malang, Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 78. No. 1, Januari-2020. Juli-2019.
- Diyah, A., 2020, Pengaruh harga, kepercayaan, kemudahan, dan E- Promosi terhadap keputusan pembelian konsumen di Traveloka: Program Studi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, didapat dari <http://repository.wima.ac.id/23704/>.
- Djumena. E., 2020. Tentang inflasi dan daya beli UMKM pada tahun 2020, diakses tanggal 27 Desember 2020, didapat dari <https://money.kompas.com/read/2020/10/06/050800026/dampak-pandemi-covid-19-pemerintah-akui-daya-beli-masyarakat-melemah>.
- Efendi, Reza., 2020. Tentang kompetitif UMKM di Indonesia pada masa pandemi, diakses tanggal 18 February 2021, didapat dari <https://www.liputan6.com/regional/read/4252808/pentingnya-memperkuat-umkm-dalam-menghadapi-pandemi-corona-covid-19>.
- Fahmul, M., Nizar, M., 2020. Pengaruh label halal Majelis Ulama Indonesia (MUI), Harga pada oleh oleh makanan khas Pasuruan terhadap minat beli dan keputusan pembelian, Jurnal Ekonomi Syariah, Vol 11, No. 2, Juni 2020.
- Fernanda, M. E., Jupriani, Pengaruh merek dan desain kemasan Deodorant Rexona terhadap keputusan pembelian di air tawar barat Kota Padang, Jurnal Desain Komunikasi Visual.
- Ghozali., 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9.
- Hempel, Corinna., Hamm, Ulrich., 2016. Local and/or organic: a study on consumer preferences for organic food and food from different origins. Jurnal pengetahuan konsumen. 2016.
- Himawan., Tunjungsari. H. K., Pengaruh kesadaran Kesehatan dan produk makanan terhadap minat beli restoran vegetarian dengan variable moderasi religiusitas di Indonesia, Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan. Vol. 5, No. 6, November-2018: pp 60-6

- Hsu, S.Y., Chang, C.C., Lin. T. T., An Analysis of purchase intentions towards organic food on health consciousness and food safety with/under structural equation modeling. 2016.
- Jamil, S.H., dan Aprilisanda, I.D., 2020, Pengaruh Pembelajaran Daring Terhadap Minat Belajar Mahasiswa Pada Masa Pandemi Covid-19, Behavioral Accounting Journal, Vol. 3, No.1., pp: 37-46.
- Jogiyanto., 2007. Metodologi penelitian bisnis: Salah kaprah dan pengalaman-pengalaman., Yogyakarta: BPFY-YOGYAKARTA
- Kementerian Koperasi dan usaha kecil dan menengah Republik Indonesia, Tentang data statistic 2015-2018 UMKM di Indonesia, diakses tanggal 26 Desember 2020, didapat dari <http://www.depkop.go.id/data-umkm>
- Klimchuk, M. R., & Krasovec, S. A. (2007). Desain kemasan: Perencanaan merek produk yang berhasil mulai dari konsep sampai penjualan. Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*.Jilid 1.Jakarta: Erlangga, hlm 19
- Lailla, N., Tarmizi, I., Pengaruh Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan di Food Courd UMJ. 2020.
- Latan, Henky. 2013. Model Persamaan Struktural Teori dan Implementasi AMOS 21.0. Bandung: Alfabeta.
- Lestari, F., Widiastuty. Tri., Muslim, A. I., 2020, Strategi meningkatkan pemasaran unggas kami melalui desain packaging dan pelatihan penyusunan laporan keuangan berbasis EMK, Journal Dharma Bhakti Ekuitas, Vol. 5
- Lidyawati, Adiahsari., Rinuastuti, Handayani., Furkan, L.M., Pengaruh kemasan, brand image, dan brand trust terhadap minat beli konsumen pada produk pancake durian Sharie Radjanya di kota Mataram. 2017. Jurnal Magister Manajemen, Juni 2017.
- Lismanizar, Utami, S., Pengaruh keamanan pangan, kesadaran Kesehatan, nilai yang dirasakan dan harga terhadap niat beli makanan cepat saji pada konsumen di kota Banda Aceh, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen. Vol. 3. No. 2, Mei:pp 86-97.

- Lubis, D. I., dan Hidayat, Rahmat., Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan, *Jurnal ilman*, Vol. 5, No. 1, February: pp 15-24.
- Meyers, Herbert. Murray, Lubliner. 1998. *The Marketer's Guide To Successful Package Design* 1st Edition. Chicago: NTC Business Books
- Millah, Syaiful., 2019. Tentang Survey Orang Indonesia lebih banyak makan camilan dari pada makan barat, diakses tanggal 19 February 2021, didapat dari <https://traveling.bisnis.com/read/20191203/223/1177360/survei-orang-indonesia-lebih-banyak-makan-camilan-ketimbang-makan-berat>.
- Nainggolan, Edward. UP., 2020. Tentang gambaran besar mengenai UMKM di Indonesia, diakses tanggal 26 Desember 2020, didapat dari <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>
- Nirwan, D. S., 2019, Bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen berkunjung pada objek wisata pantai tanjong karang, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol 5, No. 2, Mei 2019.
- Njoto, T. K., 2016, Pengaruh desain kemasan, cita rasa, dan variasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen Bumi Anugerah, *Jurnal Manajemen dan Start-Up Business*, Vol 1, No. 4, Oktober 2016.
- Pandita, Shailesh., Mishra, H.G., Chib, Shagun., 2021. Psychological impact of covid-19 crises on students through the lens of Stimulus-Organism-Response (SOR) model. 2021
- Phan, T.A., Mai, P.H., 2016. Determinants Impacting Consumers' Purchase Intention: The Case of Fast Food in Vietnam. *Jurnal Marketing*. Vol. 8, No. 5, 2016.
- Prasetyo, W. B., 2020. Tentang kontribusi UMKM pada PDB di Indonesia, diakses tanggal 27 desember 2020, didapat dari <https://www.beritasatu.com/ekonomi/699901/inovasi-dan-konsistensi-umkm-jadi-kunci-pemulihan-ekonomi>
- Priyatno, D., 2013, Analisis Korelasi, Regresi Dan Multivariate Dengan SPSS, Yogyakarta: Gava Media.

- Purnomo, Eko., Aini' Yufita., Makmur., 2016. Pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap minat beli konsumen dalam membeli beras lokal.
- Putri, C. A., 2020. Tentang digitalisasi UMKM di Indonesia, diakses tanggal 27 Desember 2020, didapat dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200828151429-37-182802/menteri-teten-ungkap-fakta-miris-soal-digitalisasi-umkm>
- Rahayu, Eva, Martha., 2021. Tentang kebiasaan ngemil konsumen 2020, diakses tanggal 20 February 2021, didapat dari <https://swa.co.id/swa/trends/mondelez-paparkan-survei-kebiasaan-ngemil-konsumen-tahun-2020> .
- Rong, Austin., Da, Liang., 2014. Enthuiastically consuming organic food. Vol 24, No. 5, 2014.
- Rosandi, S., dan Sudarwanto, T., 2014, Pengaruh Citra Merek Dan Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Susu Ultra (Studi pada Cafeteria Srikandi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya). Jurnal Manajemen Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.
- Sanjaya, N.E., Ayuni, R.F., Pengaruh Harga, Promosi Dan Social Influence Terhadap Minat Beli Pada Usaha Rumah Hok, 2021.
- Siddiqui, K. 2013. Heuristic for sample size determination in multivariate statistical techniques. World Applied Sciences Journal 27(2), 285-287.
- Silaningsih, E., Utami. P., Pengaruh Marketing Mix terhadap Minat Beli konsumen pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) produk olahan makanan ringan, Jurnal Sosial Humaniora. Vol. 9, Oktober-2018.
- Siswanto, Sutojo. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua. Damar Mulia Pustaka. Jakarta.
- Siswanto, Sutojo. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua. Damar Mulia Pustaka. Jakarta.
- Sudjana., 2020. Desain Kemasan Produk (Analisis Perbandingan: Efektivitas Pelindungan Desain Industri atau Merek), Jurnal Ecodemica, Vol 4, No. 1, April 2020.
- Sugiyono. 2014. Metode penelitian Kuantitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

- Sujani., 2017, Pengaruh Perilaku konsumen terhadap keputusan belanja di Indomaret, Jurnal Majalah Ekonomi, Vol XXII, Desember 2017.
- Sulltam, Parves., Wong, Ho, Yin., Azam, Shah, Md., 2021. How perceived communication source and value stimulate purchase intention of organic food : An examination of the Stimulus-Organism-Responses (SOR) Model. Jurnal Produksi, 2021.
- Suryana., 2010, Metodologi Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Syarizka, Deandra., 2019. Tentang kontribusi UMKM pada PDB di tahun 2019, diakses tanggal 18 February 2021, didapat dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190109/12/876943/kontribusi-umkm-terhadap-pdb-2019-diproeksi-tumbuh-5>
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Edisi ketiga. Yogyakarta: Andi offset
- Trislianto, D. A., 2015, Metodologi Penelitian, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ujianto., Abdurachman., Analisis faktor-faktor yang menimbulkan kecenderungan minat beli konsumen sarung. 2004. Jurnal Manajemen & Kewirausahaan. Vol 6, no 1. Maret 2004.
- Umah, A., Astutik, Y., 2020. Tentang data UMKM menggunakan digital (marketplace), diakses tanggal 28 Desember 2020, didapat dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200830201547-37-183127/teten-kecewa-banyak-umkm-masih-belum-go-digital-kenapa>
- Vergura, D.T., Zebrini, Christina., Luceri, Beatrice., 2019. Consumers' attitude and purchase intention towards organic personal care products. An application of the S-O-R Model. Jurnal management, Vol. 38, 2020.
- Wahyuni, I., Ernawati. S., 2020, Analisis Pengaruh Product Assortment dan Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Pada UMKM Di Kota Bima, Jurnal Sekretari dan Manajemen, Vol. 4.
- Wardani, R.B.N., 2012, Analisis Pengaruh Kemasan Produk Terhadap Minat Beli Konsumen, Jurnal Manajemen Universitas Gunadarma

- Yamin, Sofyan., Kurniawan, Heri. 2009. SPSS COMPLETE: Teknik Analisis Terlengkap dengan software SPSS. Jakarta: Salemba Infotek.
- Yang, Junhui., Wong, ShwuHuey, dkk., 2021. How E-Learning enviromental stimuli influence determinantes of learning engagement in the context of covid-19? SOR Model perspective, 2021.
- Yuniar, S.A., Basuki, R.S., PENGARUH DESAIN KEMASAN DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI PRODUK KOSMETIK EMINA. 2020. Jurnal Aplikasi bisnis, Volum 6, no 1, Juni 2020.