

## **BAB 5**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

1. Health Consciousness tidak memiliki pengaruh terhadap *purchase intention* konsumen pada produk Hygge. Sehingga Hipotesis 1 atau H1 yang diajukan yaitu “*Health Consciousness* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Purchase Intention* konsumen produk Hygge di Surabaya” ditolak.
2. Personal Attitude memiliki pengaruh positif terhadap *purchase intention* konsumen pada produk Hygge. Sehingga Hipotesis 2 atau H2 yang diajukan yaitu “*Personal Attitude* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Purchase Intention* konsumen produk Hygge di Surabaya” diterima.

#### **5.2. Saran**

##### **5.2.1 Saran Akademik**

Masih perlu adanya pendalaman teori dari para ahli mengenai *health consciousness*, dan *personal attitude* sehingga penjelasan dan pembahasan mengenai variabel-variabel tersebut terhadap *purchase intention* dalam penelitian dapat dijelaskan lebih dalam dan lebih detail. Penelitian selanjutnya dapat mencakup responden yang lebih luas lagi. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menguji data outlier, hal ini dilakukan agar data yang diperoleh mendapatkan hasil yang lebih signifikan.

##### **5.2.2 Saran Praktis**

Perceived *personal attitude* menjadi variabel yang berdampak paling besar terhadap *purchase intention* dalam penelitian ini. *Personal attitude* merupakan faktor paling berpengaruh untuk meningkatkan *purchase intention*. Untuk meningkatkan *Personal attitude* konsumen adalah dengan cara, terus memberikan produk yang memiliki manfaat atau khasiat yang terbukti bisa dengan testimoni orang yang sudah pernah mencoba Hygge dan memberikan produk dengan harga terjangkau dengan kualitas yang tinggi.

### **5.3. Keterbatasan Penelitian**

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan penelitian yang dialami oleh peneliti. Keterbatasan penelitian yang dialami yaitu dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuisioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, juga faktor lain seperti kejujuran responden dalam pengisian kuisionernya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alimbudiono, R, S. (2019). Konsep Pengetahuan Akuntansi Manajemen Lingkungan. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.
- Atmadja, T, F, A., Yunianto, A, E., Yuliantini, A., Haya, M., Faridi, A., dan Suryana. (2020). Gambaran Sikap dan Gaya Hidup Sehat Masyarakat Indonesia Selama Pandemi Covid-19. *Aceh Nutrition Journal*. November 2020.
- Badan Pusat Statistik (2022). Rata-rata Konsumsi Perkapita Seminggu Menurut Kelompok Makanan Minuman Jadi Per Kabupaten/kota (Unit Komoditi) 2022. Diakses 31 Agustus 2023, pukul 22.05 WIB., didapat Dari <https://www.bps.go.id/indicator/5/2107/1/rata-rata-konsumsi-perkapita-Seminggu-menurut-kelompok-makanan-dan-minuman-jadi-per-kabupaten-kota.html>
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Program IBM SPSS 25 edisi 9. Indonesia: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hu, L, S. (2016). *A New Measure for Health Consciousness: Development of A Health Consciousness Conceptual Model. Proceedings of the National Communication Association Annual Conference*. Maret 2016.
- Jonathan, S., dan Tjokosaputro, M. (2021). *The Effect of Attitude, Health Consciousness, and Environmental Concern on the Purchase Intention of Organic Food in Jakarta. Atlantis Press International B. V.* November 2021.
- Kemenkes (2023). Manfaat Konsumsi Makanan Organik Bagi Kesehatan. Diakses 23 Maret 2024, pukul 20.13 WIB., didapat dari [https://yankes.kemkes.go.id/view\\_artikel/2076/manfaat-konsumsi-makanan-organik-bagi-kesehatan](https://yankes.kemkes.go.id/view_artikel/2076/manfaat-konsumsi-makanan-organik-bagi-kesehatan)
- Kotler, P., dan Keller, K, L. (2016). *Marketing Management* edisi 15. *United States America: Pearson Education, Inc.*

- Kutresnaningdian, F., dan Albari. (2020). Peran Kesadaran Kesehatan dan Perhatian pada Keamanan Makanan Terhadap Sikap dan Minat Konsumen Dalam Membeli Makanan Organik. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Maret 2020.
- Lim, C.C., dan Goh, Y. N. (2019). *Investigating the Purchase Intention Toward Healthy Drinks Among Urban Consumers in Malaysia*. *Journal of Foodservice Business Research*. April 2019.
- Maryam, E, W. (2018). Psikologi Sosial. Sidoarjo: UMSIDA Press
- Nisa Khairun. A, dkk (2022). Hubungan *Health Consciousness* dengan kontrol diri dalam Penerapan protokol kesehatan pencegahan covid-19 pada dewasa awal. *Psycho Idea*. September 2022.
- Nuryadi, dkk (2017). Dasar-Dasar Statistik Penelitian. Yogyakarta: SIBUKU MEDIA
- Pebrianti. W, dkk (2021). Pengaruh Kesadaran Kesehatan dan *Perceived Barriers* terhadap *Attitude Toward Organic Food* dan Dampaknya terhadap Minat Beli. *Management Business Journal*. Mei 2021.
- PT. Herbalife Indonesia (2021). Sebanyak 63% Konsumen di Indonesia Menganggap Kesehatan Mereka Kurang Ideal. Diakses 10 Agustus 2023, pukul 11.20 WIB., didapat Dari <https://pressrelease.kontan.co.id/release/sebanyak-63-konsumen-di-indonesia-menganggap-kesehatan-mereka-kurang-ideal?page=all>
- Royal Philip. (2021). Survei global Philips ungkap dampak COVID 19 terhadap tidur. Diakses 3 Januari 2024, pukul 18.05 WIB., didapat dari <https://www.philips.co.id/id/about/news/archive/standard/news/press/2021/20211703-philips-global-survey-reveals-the-impact-covid-19-on-sleep.html>
- Salisa, N, R. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi di Pasar Modal: Pendekatan *Theory Of Planned Behaviour* (TPB). *Jurnal Akuntansi Indonesia*. Juli 2020.

- Sharma, A., dan Kaur, N. (2020). *The Effect of Country of Origin on Consumers Purchase Intention. International Journal of Creative Research Thought (IJCRT)*. Juli 2020.
- Shirokova, G., Osiyevskyy, O., Bogatyreva, K., Edelman, I, F., dan Manolova, T, S. (2019). *Moving From Intentions to Actions in Youth Entrepreneurship: An Institutional Perspective. Entrepreneurship Research Journal*. Februari 2019.
- Silvia, V. (2020). *Statistik Deskriptif*. Yogyakarta: ANDI
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sulistyo, B. (2020). Strategi Komunikasi dalam membentuk Budaya Keselamatan kerja melalui Implementasi Observasi PEKA (Pengamatan Keselamatan Kerja) di PT. X. *Jurnal Kajian Ilmiah*. Januari 2020.
- Swarjana, I, K. (2022). Konsep Pengetahuan, Sikap, perilaku, Persepsi, Stres, Kecemasan, Nyeri, Dukungan Sosial, Kepatuhan, Motivasi, Kepuasan, Pandemi Covid-19, Akses Layanan Kesehatan – Lengkap Dengan Konsep Teori, Cara Mengukur Variabel, dan Contoh Kuesioner. Yogyakarta: ANDI.
- Taufiq Firdaus Al-Ghifari Atmadja, Andi Eka Yuniyanto, Emy Yuliantini, Miratul Haya, Ahmad Faridi, dan Suryana (2020). Gambaran sikap dan gaya hidup sehat Masyarakat Indonesia selama pandemic covid-19. *Aceh Nutrition Journal*. November 2020.
- Wang, X., Pacho, F., Liu, J., dan Kajungiro, R. (2019). *Factor Influencing Organic Food Purchase Intention in Developing Countries and The Moderating Role of Knowledge. Sustainability*. Januari 2019.
- Zhafrah. U (2019). *The Influence Of Social Media Advertising Towards Purchase Intention of E-Commerce: A Study Among Indonesian Millennial*. Bandung *Institute of Technology*, 2019.