

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan berikut:

1. *Packaging Color* tidak terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian maka dari itu hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa: “*Packaging Color* berpengaruh terhadap keputusan pembelian *private label brand* pada produk air mineral Indomaret di Surabaya” ditolak.
2. *Packaging Material* tidak terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian maka dari itu hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa: “*Packaging Material* berpengaruh terhadap keputusan pembelian *private label brand* pada produk air mineral Indomaret di Surabaya” ditolak.
3. *Design of Wrapper* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian maka dari itu hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa: “*Packaging Color* berpengaruh terhadap keputusan pembelian *private label brand* pada produk air mineral Indomaret di Surabaya” diterima.

Innovation terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian maka dari itu hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa: “*Packaging Color* berpengaruh terhadap keputusan pembelian *private label brand* pada produk air mineral Indomaret di Surabaya” diterima.

5.2. Saran

Berdasarkan simpulan yang telah dikemukakan dapat diberikan beberapa rekomendasi yang berupa saran-saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan sebagai berikut:

1. Bagi *retailer* yang ada di Surabaya, salah satu hal yang menjadi pertimbangan keputusan pembelian konsumen adalah kemasan, yaitu kemasan yang membungkus setiap produk. Peritel harus memperhatikan dengan benar bagaimana kondisi suatu kemasan produk yang mereka tawarkan kepada konsumen, karena kemasan dapat mempengaruhi suatu persepsi konsumen yang mengakibatkan suatu keputusan pembelian.
2. Sebaiknya Indomaret menciptakan warna kemasan *private label* yang bening tanpa memberikan warna lainnya karena produk air mineral harus mampu menunjukkan kejernihan dari air mineral tersebut dengan menggunakan warna kemasan yang bening atau tembus pandang.
3. Bahan kemasan air mineral yang unik dibandingkan dengan yang lain dan yang berkualitas bagus akan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, oleh karena itu sebaiknya Indomaret membuat bahan kemasan air mineral *private brand* yang unik dibandingkan yang lain dan berkualitas bagus.
4. Informasi produk sangat diperlukan oleh setiap konsumen karena bagi konsumen itu merupakan kebutuhan yang perlu diketahui, oleh karena itu sebaiknya Indomaret mencantumkan informasi yang terkait pada produk air mineral *private label brand* .
5. Sebaiknya Indomaret melakukan inovasi pada kemasan air mineral *private label* dengan cara menambahkan bahan-bahan yang baru atau menambahkan fitur yang unik karena konsumen menyukai

sesuatu yang baru baik dalam perubahan maupun perkembangan. Dengan kemasan produk yang baru, hal itu dapat menggugah minat daya beli konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Coles, 1990, *Packaging Innovation in The Food Industry, British Food Journal, Vol. 92 Iss 9 pp. 21-32*
- Diallo, 2003, Dalam Wibisono, B., dan Lidia, E., Persepsi Konsumen Terhadap Produk *Private Label* Indomaret (Studi Pada Indomaret di Salatiga)
- Durianto, D., Sugiarto., dan Sitinjak, T., 2001, Strategi Menaklukkan Pasar.
- Ghozali, I., 2001, Aplikasi *Multivariate* dengan Program SPSS, Edisi Tiga
- Ghozali, I., 2005, Persamaan Struktural, Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS Ver. 5.0
- Kent dan Omar, 2003, Dalam Dhurup, M., Mafini, C., dan Dumasi, T., 2014, *The Impact of Packaging, Price and Brand Awareness on Brand Loyalty: Evidence from The Paint Retailing Industry*
- Kotler, 1997, Dalam Wibisono, B., dan Lidia, E., Persepsi Konsumen Terhadap Produk *Private Label* Indomaret (Studi Pada Indomaret di Salatiga)
- Kotler dan Amstrong, 2001, Dalam Wibisono, B., dan Lidia, E., Persepsi Konsumen Terhadap Produk *Private Label* Indomaret (Studi Pada Indomaret di Salatiga)
- Kotler dan Amstrong, 2004, Dalam Wibison, B., dan Lidia, E., Persepsi Konsumen Terhadap Produk *Private Label* Indomaret (Studi Pada Indomaret di Salatiga)
- Levy dan Weitz, 2009, *Retailing Management, Seventh Edition*
- Lysonski, 1996, Dalam Silayoi, P., dan Speece, M., 2004, *Packaging and Purchase Decisions An Exploratory Study on The Impact of*

Involvement Level and Time Pressure, British Food Journal Volume 106 Number 8 2004 pp. 607-628

- Nenycz, 2011, Dalam Wibisono, B., dan Lidia, E., Persepsi Konsumen Terhadap Produk *Private Label* Indomaret (Studi Pada Indomaret di Salatiga)
- Nilson dan Ostrom, 2005, Dalam Cahyorini dan Rusfian, 2011, Pengaruh Desain Kemasan (*Packaging*) Pada *Impulsive Buying*
- Nitisemito, 1981, Dalam Wibisono, B., dan Lidia, E., Persepsi Konsumen Terhadap Produk *Private Label* Indomaret (Studi Pada Indomaret di Salatiga)
- Poturak, 2014, *Influence of Product Packaging on Purchase Decisions, European Journal of Social and Human Sciences, 2014, Vol.(3), No 3*
- Prasastono, 2005, Kualitas Pelayanan di Mc Donald's Semarang , Vol 3, No 2 (www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/pdk1/article/view/583, akses: 22 Oktober 2016)
- Raheem, R. A., Parmar, V., Ahmed. A., 2014, *Impact of Product Packaging on Consumer's Buying Behavior, European Journal of Scientific Research ISSN: 1450-216X / 1450-202X*
- Rundh, 2005, Dalam Raheem, R. A., Parmar, V., Ahmed. A., 2014, *Impact of Product Packaging on Consumer's Buying Behavior, European Journal of Scientific Research ISSN: 1450-216X / 1450-202X*
- Rundh, B, 2013, *Linking Packaging to Marketing: How Packaging is Influencing The Marketing Strategy, British Food Journal Vol. 115 No. 11, 2013 pp. 1547-1563*
- Rusli, M., 2014, *Pengelolaan Statistik Yang Menyenangkan*, ISBN: 987-602-262-183-6

- Saladin, 1996, Dalam Kreativitas Desain Kemasan (<https://kemasanutkm.id/blog/712-2/>, akses: 23 Oktober 2016)
- Setiyaningsih, 2010, Dalam Wibisono, B., dan Lidia, E., Persepsi Konsumen Terhadap Produk *Private Label* Indomaret (Studi Pada Indomaret di Salatiga)
- Silayoi dan Speece, 2007, Dalam Dhurup, M., Mafini, C., dan Dumasi, T., 2014, *The Impact of Packaging, Price and Brand Awareness on Brand Loyalty: Evidence from The Paint Retailing Industry*
- Swastha dan Handoko, 2000, Dalam Wibisono, B., dan Lidia, E., Persepsi Konsumen Terhadap Produk *Private Label* Indomaret (Studi Pada Indomaret di Salatiga)
- Swatha, 1980, Dalam Kreativitas Desain Kemasan (<https://kemasanutkm.id/blog/712-2/>, akses: 22 Oktober 2016)
- Syarief dan Irawati, 1988, Dalam Kurnia, G., 2014, Model Pengembangan Nilai Tambah Produk Jagung, Ubi Jalar, dan Singkong di Desa Cileles (https://www.academia.edu/9988099/MODEL_PENGEMBANGAN_NILAI_TAMBAH_PRODUK_JAGUNG_UBI_JALAR_DAN_SINGKONG_DI_DESA_CILELES?auto=download, akses: 22 Oktober 2016)
- Tjandrasa, 2009, Dalam Wibisono, B., dan Lidia, E., Persepsi Konsumen Terhadap Produk *Private Label* Indomaret (Studi Pada Indomaret di Salatiga)
- Underwood, 2003, Dalam Raheem, R. A., Parmar, V., Ahmed. A., 2014, *Impact of Product Packaging on Consumer's Buying Behavior, European Journal of Scientific Research ISSN: 1450-216X / 1450-202X*