

## **BAB 5**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Dalam penelitian ini data diperoleh melalui kuisisioner yang dibagikan kepada 105 responden. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah relasi dan kerabat peneliti, hal ini dilakukan karena keterbatasan peneliti untuk membagikan kuesioner pada kalangan umum karena sedang merembaknya wabah Covid-19. Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh kemasan dan tampilan sajian makanan terhadap minat beli produk The Historica. Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kemasan produk memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk kuliner The Historica. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minat beli produk kuliner dapat dibentuk melalui kemasan produk. Dengan demikian hipotesis pertama “Kemasan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada The Historica.”, dinyatakan diterima.
2. Tampilan sajian makanan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk kuliner The Historica. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minat beli produk kuliner dapat dibentuk melalui tampilan sajian makanan. Dengan demikian hipotesis kedua “Tampilan sajian makanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada The Historica.”, dinyatakan diterima.

#### **5.2. Saran**

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian dan kesimpulan di atas maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Saran Praktis
  - a. The Historica sebaiknya menjaga dan meningkatkan desain kemasan produk makanannya agar terkesan lebih menarik serta ditambahkan informasi social media pada kemasannya agar lebih mudah dijangkau oleh konsumen.
  - b. The Historica sebaiknya mempertahankan tampilan sajian makanannya dan memperbanyak menu dengan tampilan-tampilan yang lebih unik dan menarik agar dapat menunculkan ciri khas yang berbeda dari tampilan sajian makanan pada industri kuliner yang lainnya.

- c. The Historica sebaiknya memberikan pembatas berupa dudukan pada bagian bawah kemasan sehingga ketika akan disantap tampilan sajian makanan tetap terjaga penataannya dan tidak berantakan atau berubah bentuk.
- d. The Historica sebaiknya memberikan tutup yang lebih transparan sehingga tampilan sajian makanan lebih terlihat menarik apabila dilihat dari luar kemasan, karena tutup kemasan yang digunakan saat ini berwarna putih samar sehingga kurang dapat mempresentasikan tampilan sajian makanan yang terdapat didalamnya.

## 2. Saran Akademis

- a. Untuk penelitian kedepannya disarankan dapat mengambil jumlah sampel yang lebih besar sehingga dapat memperoleh data yang lebih akurat dalam penelitiannya.
- b. Untuk peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian yang berkelanjutan sehingga dapat dilihat dan dilakukan penilaian pada setiap perubahan perilaku calon konsumen dari masa ke masa.
- c. Diharapkan untuk kedepannya terdapat tambahan variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi banyak hal dalam penelitian ini.

### 5.3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan sesuai dengan pedoman ilmiah yang diberikan, akan tetapi berdasarkan pengalaman peneliti Ketika mengerjakan penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan yang dialami dan diharapkan bagi peneliti yang akan datang untuk dapat lebih menyempurnakan lagi penelitian ini. Berikut adalah beberapa keterbatasan dalam penelitian ini:

1. Faktor yang mempengaruhi Minat Beli Konsumen dalam penelitian ini hanya terdiri dari dua variabel, yaitu Kemasan dan Tampilan Sajian Makanan, sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi Minat Beli Konsumen.
2. Obyek penelitian ini hanya berfokus pada The Historica yang mana bisnis kuliner ini hanya merupakan salah satu dari banyak bisnis kuliner lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aristo, S. F., 2016, Pengaruh Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Woless Chips, *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 1, No. 4, Oktober 2016
- Apriyanti, M. E., 2018, Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk Perusahaan, *Jurnal Sosio E-Kons*, Vol. 10, No. 1, April 2018.
- Badan Pusat Statistik, 2019, Jumlah Rumah Makan/Restoran di Provinsi Jawa Timur Menurut Kabupaten/Kota, BPS Provinsi Jawa Timur.
- Badan Pengawas Obat Dan Makanan Republik Indonesia, Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 27 Tahun 2017 Tentang Pendaftaran Pangan Olahan, BPOM RI.
- Catriana, E., 2020. Larangan Penggunaan Kantong Plastik, Ini Komentar Asosiasi Pengusaha. Diakses 4 Juli 2020 pukul 02.25 WIB., didapat dari <https://money.kompas.com/read/2020/07/01/153300226/larangan-penggunaan-kantong-plastik-ini-komentar-asosiasi-pengusaha>.
- Detik Health., 2011. Warna-warna yang Bisa Bikin Orang Jadi Nafsu Makan. Diakses 3 Juli 2020 pukul 01.30 WIB., didapat dari [https://health.detik.com/hidup-sehat-detikhealth/d-1637514/warna-warna-yang-bisa-bikin-orang-jadi-nafsu-makan?\\_ga=2.93908888.464061839.1599781720-940779804.1547487856](https://health.detik.com/hidup-sehat-detikhealth/d-1637514/warna-warna-yang-bisa-bikin-orang-jadi-nafsu-makan?_ga=2.93908888.464061839.1599781720-940779804.1547487856)
- Febriani, T., 2017. “Food Plating” untuk Penyajian Makanan yang Lebih Menggugah Selera. Diakses 7 Juli 2020, pukul 02.15 WIB., didapat dari <http://www.smartmama.com/2017/11/03/food-plating-untuk-penyajian-makanan-yang-lebih-menggugah-selera/>
- Faradiba, S. R. T. A., 2013, Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen, *Journal Of Management*, Vol. 2, No. 3, 2013.
- Galo, W. K., 2015. Tugas Bimbingan Konseling Motivasi Belajar. Diakses 15 Agustus 2020, pukul 04.06 WIB., didapat dari <https://ganadametro.wordpress.com/2015/08/29/makalah-motivasi-belajar/>

- Huang, L., dan Lu, J., 2016, The Impact of Package Color and the Nutrition Content Labels on the Perception of Food Healthiness and Purchase Intention, *Journal of Food Products Marketing*, Vol. 22, No. 2, Oktober 2016.
- Indonesian Chef Association., 2019. 15 Tips Cara Penyajian Hidangan. Diakses 3 Juli 2020 pukul 01.00 WIB., didapat dari <https://indonesianchefassociation.com/article/content/15tips-cara-penyajian-hidangan>.
- Kotler, P., and Keller, K. L., 2015, *Marketing Management*, 9<sup>th</sup> ed., Jakarta: Erlangga.
- Mendrofa, D., 2018. Pentingnya Visual Makanan Dalam Bisnis Kuliner Menurut Stefanie Kurniadi, Pemilik Warunk Upnormal. Diakses 5 Juli 2020, pukul 00.30 WIB., didapat dari <https://www.wanitawirusaha.com/article/ilmu-bisnis-ukm1/pentingnya-visual-makanan-dalam-bisnis-kuliner-menurut-stefanie-kurniadi-pemilik-warunk-upnormal->.
- Mufreni, A. N. F., 2016, Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan Dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Teh Hijau Serbuk Tocha), *Jurnal Ekonomi Manajemen*, Vol. 2, No. 2, November 2016.
- Putri, T., 2019. Chef Arnold Berbagi Tips Membuat Makanan Menjadi Lebih Enak. Diakses 7 Juli 2020, pukul 02.00 WIB., didapat dari <https://lifestyle.okezone.com/read/2019/04/30/298/2049787/chef-arnold-berbagi-tips-membuat-makanan-menjadi-lebih-enak>.
- Phienenda, Y., Susilo, E., dan Andreani, F., 2017, Analisa Harapan Dan Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Makanan In-Flight Meal Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia, Program Manajemen Perhotelan, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra Surabaya
- Priyonggo, R. Y., 2017, Pengaruh Karakteristik Makanan Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Restoran Khas Kraton Yogyakarta, Skripsi, Yogyakarta: Program Studi Pendidikan Teknik Boga Universitas Negeri Yogyakarta, Didapat dari <https://eprints.uny.ac.id/52083>
- Priyatno, D., 2013, *Analisis Korelasi, Regresi, Dan Multivariate Dengan SPSS*, Yogyakarta: Gava Media.
- Priyatno, D., 2018, *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*, Yogyakarta: Gava Media.

- Sugiama, A. G., dan Pambudy, E. F. S. B., 2017, Pengaruh Kemasan, Kewajaran Harga Dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty (Studi Kasus Pada Wisatawan Nusantara Di Kartika Sari Bandung), *Jurnal Manajemen Maranatha, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Maranatha*, Vol. 17, No. 1, November 2017.
- Sugiyono., 2019, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Alfabeta.
- Suryana, 2010, *Metodologi Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Sujarweni, V, W., 2015, *SPSS Untuk Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suliyanto., 2011, *SPSS Ekonometrika Terapan – Teori & Aplikasi dengan SPSS*, Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sudirman, A., Alaydrus, S., Rosmayanti, S., Syamsuriansyah, C., Nugroho., L., Arifudin, O., Handika, I. M., Haerany, A., Rusmana, F. D., Rijal, K., 2020, *Perilaku Konsumen Dan Perkembangannya di Era Digital*, Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Setyadharma, A., 2010, Uji Asumsi Klasik Dengan Spss 16.0, Diakses 22 Oktober 2020, pukul 02.05 WIB., didapat dari <http://akuntansi.unnes.ac.id/wp-content/uploads/2010/05/Uji-Asumsi-Klasik-dengan-SPSS-16.0.pdf>
- Tarigan, M., 2018. Pentingnya Penampakan Makanan di Atas Piring. Diakses 5 Juli 2020, pukul 01.00 WIB., didapat dari <https://gaya.tempo.co/read/1099712/pentingnya-penampakan-makanan-di-atas-piring/full&view=ok>.
- Trisliatanto, D. A., 2015, *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Trihendrawan, N., 2019. Sektor Kuliner Indonesia Tumbuh 12,7%. Diakses 15 Agustus 2020, pukul 05.11 WIB., didapat dari <https://ekbis.sindonews.com/berita/1388028/34/sektor-kuliner-indonesia-tumbuh127#:~:text=JAKARTA%20%2D%20Asosiasi%20Perusahaan%20Jasaboga%20Indonesia,%2C7%25%20pada%20tahun%202018>.
- Tulipa, D., dan Muljani, N., 2015, The Country of Origin and Brand Image Effect on Purchase Intention of Smartphone in Surabaya - Indonesia, *Mediterranean Journal of Social Sciences*, Vol. 6, No. 5, Oktober: pp 64-70.

Wee, C. S., Ariff., M. S. B. M., Zakuan, N., Tajuding, M. N. M., 2014, Consumers Perception, Purchase Intention and Actual Purchase Behavior of Organic Food Products, *Review Of Integrative Business & Economics Research*, Vol. 3, No. 2.