

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada 124 responden mengenai pengaruh gaya hidup, keterlibatan produk, dan pengetahuan produk terhadap produk Aromaloka, maka penulis menyimpulkan:

1. Gaya hidup berpengaruh terhadap minat beli pada produk Aromaloka. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa gaya hidup paling berpengaruh daripada variabel lainnya. Berdasarkan hal tersebut penelitian ini menyatakan bahwa gaya berpengaruh terhadap minat beli produk Aromaloka sehingga hipotesis pertama dapat diterima.
2. Keterlibatan produk berpengaruh terhadap minat beli produk Aromaloka. Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis kedua dapat diterima.
3. Pengetahuan produk berpengaruh terhadap minat beli produk Aromaloka. Penelitian ini menyatakan bahwa pengetahuan produk berpengaruh terhadap minat beli produk Aromaloka sehingga hipotesis ketiga dapat diterima.

5.2. Saran

5.2.1. Saran untuk Akademis

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian, maka dapat diberikan saran yaitu populasi penelitian terlalu luas yaitu Jawa Timur dan terdapat kemungkinan tidak mencakup semua responden yang berada di kota-kota Jawa Timur sehingga alangkah lebih baik dilakukan pada kota tertentu supaya mengetahui lebih detail tingkat minat beli pada kota tertentu yang dapat dijadikan pangsa pasar.

5.2.2. Saran untuk Aromaloka

Berdasarkan hasil penelitian tersebut gaya hidup memiliki pengaruh lebih besar daripada variabel lainnya. Gaya hidup tersebut dapat dipengaruhi oleh faktor internal dalam merasakan manfaat produk. Oleh karena itu Aromaloka dapat melakukan promosi dan penyebaran informasi yang lebih pada sosial media mengenai penggunaan bahan produk dan mengenai manfaat penggunaan produk. Selain itu, Aromaloka juga dapat melakukan research and development untuk pembuatan varian baru atau sajian baru dari produk Aromaloka untuk menarik minat konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Adliyani, Zaraz Obella Nur. 2015. Perilaku Individu terhadap Hidup Sehat. Volume 04 (07), 109-114
- Augusty, Ferdinand. 2006. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Annisa, Intan Tri, Angga Pandu Wijaya. 2019. Pengaruh Keterlibatan Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jamu Masuk Angin Kemasan. Volume 14 (02), 122-137
- Briliana, Vita, Jafar Syahbuddin Ritonga. 2016. Pengaruh Perceived Price, Brand Equity, Brand Loyalty, Perceived Price Deal, Dan Product Involvement Terhadap Purchase Intention Mobil Toyota Grand New Avanza. Volume 06 (01)
- BPS. 2020. Jumlah Penduduk Provinsi Jawa Timur (Jawa), 2018-2020. <https://jatim.bps.go.id/indicator/12/375/1/jumlah-penduduk-provinsi-jawa-timur.html> diakses pada 04 November 2021 16.40
- Darmayanti, Novi. 2018. Pengaruh Stres Kerja, Faktor Lingkungan, Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Auditor Independen (Studi Pada Auditor Independen Kantor Akuntan Publik Di Surabaya). Volume 4 (01)
- Dewi, Nia Safitri, Rokh Eddy Prabowo. 2018. Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Dan Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik Di Kota Semarang).
- Dewi, Veren Kartika, Sandy Setiawan. 2019. Pengaruh Celebrity Endorser Dan Product Involvement Terhadap Brand Attitude Shopee. Volume 4 (01)
- Elsya, *Priscillia, Ratih* Indriyani. 2020. The Impact of Product Knowledge and Product Involvement to Repurchase Intention for Tupperware Products among Housewives in Surabaya, Indonesia.
- Fadhli, Khotim, Elsa Dwi Aprilia, Ino Angga Putra. 2021. Pengaruh Ekuitas Merek Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Minyak Goreng Pada Masa Pandemi Covid-19. Volume 16(02).

- Givan, Bryan, Slamet Heri Winarno. 2019. Green Product Dan Gaya Hidup Pengaruhnya Pada Keputusan Pembelian (Studi Kasus Natural Coffee). Volume 3 (01)
- Global Consumer Insights Survey. It's time for a consumer-centred metric: introducing 'return on experience'. 2019. <https://www.pwc.com/cl/es/publicaciones/assets/2019/report.pdf>
- Husain, Bachtiar Arifudin. 2018. Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Pada Pt. Bank Danamon Tbk Cabang Bintaro). Volume 1(1), 1-15
- Inaray, Jelita Caroline, Olivia S. Nelwan, Victor P.K. Lengkong. 2016. Pengaruh Kepemimpinan Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Amanah Finance Di Manado. Volume 16(2).
- Isa, Muzakar, Robingatus Istikomah. 2019. Analisis Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Makanan Di Kota Surakarta. Volume 21(2)
- Ivan. 2019. Pengaruh Gaya Hidup Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tan Authentic. Volume 7(2)
- Kamaluddin, Muhajirin. 2018. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Minat Beli dalam Berbelanja Online (Studi Kasus pada STIE Bima.). Volume 3(3).
- Kementerian Kesehatan. 2009. UU No.36 tahun 2009. <https://jdih.kemken.go.id/fulltext/2009/36tahun2009uu.htm> diakses pada 29 Desember 2020 pukul 15.03
- Kementerian Kesehatan. 2010. Riset Kesehatan Dasar. https://komnaspt.or.id/wp-content/uploads/2020/12/Riset_Riskesdas-2010_Balitbang-Kemenkes_2010.pdf diakses pada 14 September 2021 pukul 15.24
- Kementerian Kesehatan. 2013. Hasil Utama Riskesdas. <https://www.kemkes.go.id/resources/download/general/Hasil%20Riskesdas%202013.pdf> diakses pada 29 Desember 2020 pada 17.04
- Kementerian Kesehatan. 2014. Peraturan Menteri Kesehatan Tentang Pedoman Gizi Seimbang. http://hukor.kemkes.go.id/uploads/produk_hukum/PMK%20No.%2041%20ttg%20Pedoman%20Gizi%20Seimbang.pdf diakses pada 14 September 2021 pukul 11.04

- Kementerian Kesehatan. 2018. Hasil Utama Riskesdas. https://kesmas.kemkes.go.id/assets/upload/dir_519d41d8cd98f00/files/HASIL-riskesdas-2018_1274.pdf diakses pada 29 Desember 2020 pada 16.57
- Mayastuti, I Gusti Ayu Putu Utami, Alit Suryani, I Made Wardana. 2014. Peran *Product Involvement* Dalam Memoderasi Pengaruh *Country Of Origin* Terhadap *Purchase Intention Smartphone* Merek Oppo Di Kota Denpasar.
- Nguyen, Ngoc Minh, Huyen Thi Nguyen. 2020. How do product involvement and prestige sensitivity affect price acceptance on the mobile phone market in Vietnam?. Volume 14(3)
- Permana, Ade Indra. 2020. Pengaruh Kualitas *Website*, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Pelanggan Di Situs Belanja *Online* Bukalapak. Volume 25 (02)
- Prakosa, Yusuf Bagus, Endang Tjahjaningsih. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, Dan Pengetahuan Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepeda Lipat Di Kota Semarang. Volume 04 (03).
- Pramuaji, Krisan Andreas, Lobby Loekmono. 2018. Uji Validitas Dan Reliabilitas Alat Ukur Penelitian : Questionnaire Empathy. Volume 16 (04), Pp. 74-78.
- Purnama, Putu Agus Indra, Nyoman Rasmen Adi. 2019. Green Marketing dan Quality Brand Sebagai Prediktor Perilaku Konsumen dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk. Volume 16 (04).
- Ricky. 2019. Pengaruh *Product Involvement*, *Milk Knowledge* Dan *Perceived Value* Terhadap *Purchase Intention* (Kasus : Produk Susu Ultramilk). Volume 03 (07).
- Roe,David, Johan Bruwer. 2017. Self-Concept, Product Involvement And Consumption Occasions: Exploring Fine Wine Consumer Behaviour.
- Rumbiati, Heriyana. 2020. Pengaruh Gaya Hidup Dan Kemudahan Terhadap Minat Beli Mahasiswa Dalam Berbelanja Online. Volume 01 (01).
- Sugiyono. 2012. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Alfabet
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet

- Tim Publikasi Katadata. Milenial Mulai Sadar Pentingnya Asuransi bagi Proteksi Kesehatan. 2018. <https://katadata.co.id/timpublikasikatadata/infografik/5e9a4e6eb7cb5/milenial-mulai-sadar-pentingnya-asuransi-bagi-proteksi-kesehatan> diakses pada 29 desember 2020 pada pukul 20.04
- Tim Publikasi Katadata. 2018. Pandemi membuat kesadaran Pola Hidup Sehat meningkat. <https://katadata.co.id/ariemega/infografik/5f5b532185fa5/pandemi-membuat-kesadaran-pola-hidup-sehat-meningkat> diakses pada 29 Desember 2020 17.08
- Ubaidi, Ibnu Auf, Reminta Lumban Batu. 2020. Pengaruh *Product Involvement* dan *Product Knowledge* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio. Volume 5 (2), pp. 121-130.
- Ulrica, Tania, Yenny Lego. 2021. Pengaruh Pengetahuan Produk, Keterlibatan Produk, dan *E-Wom* Terhadap Niat Pembelian Produk Max Factor pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara Melalui *Website* Sociolla di Jakarta. Volume 3 (2).
- Wikipedia. Gaya Hidup. https://id.wikipedia.org/wiki/Gaya_hidup diakses pada pukul 14.09
- Wikipedia. 2018. Kesehatan. <https://id.wikipedia.org/wiki/Kesehatan> Diakses pada 29 Desember 2020 pukul 16.48
- Wikipedia. 2021. Minuman. <https://id.wikipedia.org/wiki/Minuman> diakses pada 14 September 2021 pukul 12.35
- Wikipedia. 2021. Herbal. <https://id.wikipedia.org/wiki/Herbal> diakses pada 14 september 2021 pukul 12.22
- Wikipedia. 2021. Perilaku Konsumen. https://id.wikipedia.org/wiki/Perilaku_konsumen diakses pada 16 Oktober 2021 pukul 13.35
- Winata, Daniel Zefanya. 2019. Pengaruh *Product Knowledge* Dan *Word Of Mouth* terhadap *Purchase Intention* Di Cafe Starbucks The Square Surabaya. Volume7(2).