

## BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bagian sebelumnya, maka Peneliti menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. *Health Consciousness* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Attitude Toward Organic Food*
2. *Food Safety Concern* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Attitude Toward Organic Food*
3. *Customer Attitude Toward Organic Food* berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention*
4. *Health Consciousness* berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention* melalui *Customer Attitude Toward Organic Food*
5. *Food Safety Concern* berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention* melalui *Customer Attitude Toward Organic Food*

### 5.2. Saran

#### 5.2.1. Saran Akademis

Peneliti memberikan saran agar penelitian di masa mendatang dapat menggunakan variabel - variabel lain yang belum digunakan pada penelitian ini seperti *purchase decision* dan *purchase behavior*. Peneliti selanjutnya dapat mengumpulkan teori - teori yang lebih banyak lagi dalam memperkuat penelitian sejenis.

#### 5.2.2. Saran Praktis

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan perusahaan Moriku atau perusahaan yang sejenis agar dapat:

1. Meningkatkan *purchase intention* dengan melihat attitude customer terhadap makanan organik.
2. Moriku dapat membuat berbagai produk olahan daun kelor yang memiliki manfaat untuk kesehatan konsumen
3. Moriku dapat meyakinkan calon konsumen dengan memperbaiki kualitas produk, menjaga pengolahan pangan secara baik, dan
4. Segera menyantumkan label halal pada kemasan.
5. Moriku dapat membuat produk yang menarik konsumen

6. Memberikan edukasi kepada konsumen mengenai manfaat daun kelor.
7. Moriku membuat formula produk biskuit sayuran yang tidak hanya bermanfaat untuk kesehatan namun juga memiliki rasa yang enak.

### **5.3. Keterbatasan Penelitian**

Pengambilan sample tidak dapat dilakukan secara merata. Demikian juga dengan alat yang digunakan (PLS) tidak melihat normalitas data. Penelitian ini juga terbatas dalam waktu dan subjek penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, B., J., Consumer Attitude Toward Healthy dan Organic Food in The Kurdistan Region of Iraq, *Management Science Letters*. Vol 11, pp 2127-2134. 2021.
- Badan Pusat Statistik, (2016). *Tabel Perkembangan UMKM pada periode 1997-2013*. Diakses 18 Mei 2022, pukul 14:52 WIB., didapat dari <https://www.bps.go.id/statistictable/2014/01/30/1322/tabel-perkembangan-umkm-pada-periode-1997-2013.html>.
- Binalay, A. G., Mandey, S. L., dan Mintardjo, C. M. O. (2016). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Motivasi Terhadap Minat Beli Secara Online pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Mando. *Ejournal unsrat*, Vol. 4.
- Bisma, M., A., dan Aditia Sovia Pramudita, (2019). Analisa Minat Pembelian Online Konsumen Pada Saluran Distribusi Digital Marketplace Online di Kota Bandung, *Jurnal Ilmiah Direktorat RPIKK ULBI*, Vol. 14, No. 2, Desember.
- Colleo, K dkk, (2021). *Pasta Product enriched with moringa sprout powder as nutritive dense foods with bioactive potential*, *Food Chemistry Journal*, Vol. 360, Oktober 2021.
- Deyla, Claudia. 2018. Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Dan Harga Pada Minat Beli Konsumen Toko Dhea Di Pasar Bambu Kuning Trade Center. Tesis. Universitas Lampung, 2018.
- /
- Dinerti, Dewi, T. M., dan Muliana, S. T., (2021). *Pengembangan Media Pembelajaran Kolase Berbasis Pemanfaatan Daur Ulang Sampah Pada Pembelajaran Tema 2 Subtema 3 Siswa Kelas I Sekolah Dasar Swasta*, *Jurnal Pendidikan MINDA*, Vol. 3, No. 1, Oktober.

- 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.
- Farahdiba, D., (2020). Konsep dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Perubahan Perilaku Konsumen Menuju Era Disrupsi, Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna, Vol. 8, No. 1, Februari 2020.
- Fauziah, Ninda., dan Mubarak, Dadan., 2019, Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli : Studi Pada Produk Kecantikan, Journal IMAGE | Volume 8, Number 1, April 2019, page 37-44
- Ghozali, I., (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Undip.
- Gunarto, M., (2018). *Analisis Statistik dengan Model Persamaan Struktural (SEM): Teoritis dan Praktis*, Bandung: Alfabeta.
- Husfah, F. M., dan Hadi, M., (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dea Cake and Bakery Kepanjen Malang*, Jurnal Aplikasi Bisnis.
- Irferamuna, A., dkk, (2019). Formulasi Biskuit Berbasis Tepung Jagung Sebagai Alternatif Camilan Bergizi. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, Vol. 8, No. 2, (2019). <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JISH/article/view/21999/13591>
- Irvan, z, 2020, *Kandungan Zat Gizi Daun Kelor (Moringa Oleifera) Berdasarkan Metode Pengeringan*, Jurnal Kesehatan Manarang, Vol. 6, No. 1, juli (2020). pp 69-77.
- Jawa Pos, (2021). Selama 2020-2021 terdapat 40 ribu UMKM baru. Diakses 25 Januari 2023, pukul 01.09 WIB. , didapat dari <https://www.jawapos.com/surabaya/21/11/2021/selama-2020-2021-terdapat-40-ribu-umkm-baru/>

- Kemenperin Republik Indonesia, (2017). *Industri Makanan dan Minuman Masih Jadi Andalan*. Diakses 15 September 2021., pukul 15:43 WIB., didapat dari <https://kemenperin.go.id/artikel/18465/Industri-Makanan-danMinuman-Masih-Jadi-Andalan>.
- Kumar, V., dkk, (2020). *Factors Affecting Customers Attitude Towards Solar Energy Product*, *Journal Business Innovation and Research*, Vol 21, No. 2.
- Kotler, P., and Armstrong, G., (2016). *Principles of Marketing*, 16th ed., England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., dan Armstrong, G., 2018. *Principle of Marketing*, 17th ed., New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Limantara, Y., D., P. (2017). Pengaruh *Customer Perception* Terhadap Minat Beli Konsumen Melalui *Multiaattribute Attitude Model* pada Produk Makanan Organik. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 11, No. 2, Oktober 2017
- Lismanizar, dan Utami, S. (2018). Pengaruh Keamanan Pangan, Kesadaran Kesehatan, Nilai yang Dirasakan dan Harga Terhadap Niat Beli Makanan Cepat Saji Pada Konsumen KFC di Kota Banda Aceh, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Vol 3, No. 2, Mei 2018.
- Nagaraj, S, (2021). Role f Consumer Health Consciousness, Food Safety & Atitude on Organic Food Purchase in Emerging Market: A Serial Mediation Model, *Journal of Retailing and Consumer Service*, Woxsen School of Business, Woxsen University, Vol. 59, March 2021.
- Naseri R., dkk, (2021). An Overview ogf Online Purchase Intention of Halal Cosmetics Product: A Perspective From Malaysia, *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, Vol 12, No. 10, pp:7674-7681.

- Njatrijani, R., (2021). Pengawasan Keamanan Pangan, Law, Development & Justice Review, Vol 4, No. 1, May 2021:12-28.
- Nofri, O., dan Andi Hafifah (2018). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shopping di Kota Makasar. *Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS)*, Vol 5, No. 1, Januari-Juni pp:113-132.
- Pham, T. H., dkk (2019). Evaluating The Purchase Behaviour of Organic Food by Young Consumers in an Emerging Market Economy, *Journal of Strategic Marketing*, Vol. 27
- Rahayu, T. R., dan Nurindahsari, Y. A. W. (2018) Peningkatan Status Gizi Balita Melalui Pemberian Daun Kelor (MORINGA OLEIFERA), *Jurnal Kesehatan Madani Medika*, Vol . 9
- Ramadhan, M. R., dan Utami, S. (2019). Pengaruh Kesadaran Kesehatan, Nilai yang Dirasakan, Keamanan Pangan dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Pada Konsumen Pizza Hut Di Kota Banda Aceh, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Vol 4, No. 2, Mei: pp 214-230
- Raza.et. Al., (2019). Impact of Climate Change on Crops Adaptation and Strategies to Tackle Its Outcome: A Review, Research Gate, Vol 8(2):34, Januari 2019
- Salfina, L., 2018, Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Anak-anak Studi Kasus Toko Rizky dan Afdal Pariaman, *Jurnal Indovisi*, Vol. 1, No. 1. 2018.
- Santosa, T. A., (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Store Atmosphere, dan E-Wom Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Zenbu-House of Mozaru Paris Van Java, Bandung), *Jurnal Manajemen Maranatha, Program Studi Manajemen*, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Maranatha, Vol. 18, Mei 2019.

- Schiffman, L.G., and Wisenblit, J., (2019). Consumer behavior, 12th ed., New York: Pearson Education Limited.
- Shin, J., Anna, S. M., (2019). When Organic Food Choices Shape Subsequent Food Choice: The Interplay of Gender and Health Consciousness, *International Journal of Hospitality Management*, Vol 72, January 2019. pp 94-101.
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Re&D, Bandung: Alfabeta.*
- Suharna, D., dan Silviyanti, (2019). Pengaruh Struktur Modal dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Profitabilitas, *Journal of Management Studies*, Vol. 6, No. 3, September – Desember: hh. 157-166.
- Suprihatin, W., (2020). Analisis Perilaku Konsumen Wisatawan Era Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pariwisata di Nusa Tenggara Barat), *Jurnal Bestari*, Vol 1, No. 1, Agustus P. 56-66.
- Udayana I., Ramadhan, D. (2019). Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use*, dan *Subjective Norm* Terhadap *Purchase Intention* Melalui *Attitude* sebagai Mediasi (Studi Kasus Pada Konsumen Gudang Digital Online Yogyakarta), *Jurnal EBBANK*, Vol. 10, No. 2, Desember: pp 41-48.
- Wang, X., dkk. (2019). *Factors Influencing Organic Food Purchase Intention in Developinh Countries and The Moderating Role of Knowledge*, *Sustainability Journal*, Vol. 11.
- WHO. (2020a). Corona Virus. [www.WHO.Int/Health-Topics](http://www.WHO.Int/Health-Topics)
- Wulandari, N. K. T., Mendra, I. W., dan Harwathy, T. I., (2021). Pengaruh Stres, Disiplin, dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan The Pad Bar & Grill Legian Bali, *VALUES*, Vol. 2.

Yang, Junhui., Wong, Shwu Huey, dkk., 2021. *How E-Learning Environmental Stimuli Influence Determinants of Learning Engagement in the Context of covid-19? SOR Model Perspective*, 2021.

Zhang, T., Grunert, K. G., & Zhou, Y. (2020). A *Values–Beliefs–Attitude Model of Local Food Consumption: An Empirical Study in China and Denmark*. *Food Quality and Preference*, 83.