

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Secara parsial menunjukkan bahwa kemasan tidak berpengaruh terhadap minat beli. Dapat disimpulkan bahwa indikator kemasan yang semakin baik belum tentu membuat minat beli konsumen untuk meningkatkan penjualan. Hal ini ditunjukkan dari hasil pengujian deskriptif jawaban responden bahwa ada dua faktor yang mempengaruhi sehingga kemasan tidak signifikan terhadap minat beli yaitu pertama, peran kemasan dalam memberikan kemudahan bagi konsumen membuka kemasan belum terpenuhi sehingga, ini menjadi hambatan bagi konsumen untuk membeli produk tersebut. kedua, penggunaan kembali pada kemasan yang telah dibuka tidak bisa digunakan lagi karna kemasan produk tidak memiliki perekat sehingga, konsumen sulit menggunakan kembali kemasan yang sudah dibuka.
2. Secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli. Dapat disimpulkan bahwa indikator kualitas produk yang semakin baik akan meningkatkan minat beli sehingga konsumennya tetap setia memilih produk sesuai yang diinginkan konsumen. Hal ini ditunjukkan dari hasil pengujian deskriptif jawaban responden bahwa kualitas produk memiliki berpengaruh signifikan terhadap minat beli ini dapat dibuktikan bahwa produk terus

meningkatkan berinovasi dalam menciptakan berbagai variasi produk sehingga konsumen memiliki kepercayaan tinggi dalam keputusannya untuk mencapai kepuasan membeli satu produk.

3. Secara simultan kemasan dan kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli. Hal ini ditunjukkan dari hasil pengujian deskriptif jawaban responden bahwa minat beli memiliki pencapaian presentase yang sangat baik sehingga ini dapat dilihat dari respon konsumen ingin mencari informasi tentang produk tersebut kemudian bersedia melakukan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh maka disarankan beberapa hal sebagai berikut:

Saran untuk Perusahaan

1. Perusahaan perlu mengoptimalkan kemasan dengan cara mendesain kemasan Stick Jaguan yang lebih menarik dan pastinya memberikan kemudahan pada saat proses kemasan dilakukan tanpa memesan diluar kota gorontalo, ini akan menjadi kemajuan bagi IKM Cahaya Bintang Cakrawala untuk memproduksi produk dan mendesain kemasan sendiri. Maka lebih baik jika kemasan disesuaikan dengan kondisi permintaan pasar, kemasan yang lebih menarik akan menjadi pilihan utama bagi konsumen.
2. Perusahaan perlu mempertahankan kualitas produk pada produk stick jaguan telah memuaskan konsumen dengan baik melalui produknya, salah satunya yaitu

produk stick jaguan terus berinovasi dalam menciptakan berbagai variasi rasa sehingga pembelian ulang akan menimbulkan minat beli konsumen.

3. Tingkat kepercayaan pada konsumen dapat meningkatkan minat beli. Hal ini dikarenakan konsumen telah mempunyai persepsi positif pada suatu produk dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian ulang. Maka stick jaguan harus memberikan kualitas terbaik pada produk dan kemasan yang menarik serta tetap menjaga citra yang baik di mata konsumen maupun pelanggan supaya mereka percaya bahwa stick jaguan tidak akan mengecewakan mereka sehingga mereka akan tetap loyal pada produk stick jaguan.

Saran Untuk Penelian Mendatang

1. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terhadap faktor-faktor selain kemasan dan kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli pada stick jaguan di IKM Cahaya Bintang Cakrawala Gorontalo. Hal ini dikarenakan, dalam penelitian ini ketiga variabel tersebut hanya mampu menunjukkan besarnya kontribusi sebesar 22,9% dari kemasan dan kualitas produk terhadap minat beli. Penelitian ini belum memasukkan variabel dari aspek lain yang mungkin dapat mempengaruhi dan menyempurnakan hasil penelitian ini.
2. Penelitian yang akan datang disarankan untuk mencari ruang lingkup populasi yang berbeda dari populasi dalam penelitian ini. Sampel yang digunakan sebaiknya juga lebih banyak dari pada sampel dalam penelitian ini, sehingga penelitian lanjutan tersebut dapat semakin memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai pengaruh kemasan, kualitas produk dan terhadap minat beli.

DAFTAR PUSTAKA

- Akdon, dan Riduwan, 2013. *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*, Bandung: Alfabeta
- Anafik, Aldaan Faikar. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Diponegoro.
- Dharma, I Gede Surya Apria. 2010, *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap Kepuasan konsumen PT. Garam (Persero)*. Fakultas Ekonomi. Universitas Nasional Pembangunan “Veteran”. Skripsi. Jawa Timur.
- Fandos, Carmina & Flavia'n, Carlos. 2006. *Intrinsic and Extrinsic Quality Attributes, Loyalty and Buying intention: an Analysis for a PDO Product*. Journal of British Food, Journal.
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, BP UNDIP*. Semarang.
- 2005. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hayati dan Sekartaji. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo*. Jurnal Penelitian. Fakultas Ekonomi. Universitas Pakuan.
- Kotler, Philip & Gary, Amstrong. 2006. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid I (Terjemahan: Bob Saban) Edisi Keduabelas. Jakarta: Erlangga.
-2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1, Erlangga, Jakarta
- Kotler, Philip dan Keller L Kelvin. 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi Ke 12. Jilid 1 Terjemahan: Benyamin Malon PT Indeks Kelompok*. Jakarta: Gremedia.
- Larissa, EA. 2015. *Pengaruh Atribut Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Empiris Pada Konsumen Mie ABC Cup Di Kota Surakarta)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Liangan, Ricky. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Elektronik Pada Toko Sinar Mutiara Gorontalo*. Jurnal Penelitian Ekonomi. Universitas Negeri Gorontalo.

- Naufal, RA. 2015. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Tarik Produk Dalam Upaya Meningkatkan Minat Beli Membeli Sepeda Motor Suzuki Di Kota Semarang*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Diponegoro Semarang.
- Nento, AZ. 2013. *Pengaruh Merek Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Pia Saronde Di Gorontalo)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Gorontalo.
- Niode dan Mopangga. 2014. *Penguatan Produksi Dan Manajemen Usaha Stik Jagung Ikan Gorontalo*. Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Gorontalo. Volume 7, Nomor 3 September 2014.
- 2014. *Penguatan Produksi Dan Manajemen Usaha Stik Jagung Ikan Gorontalo*. Laporan Kemajuan Hibah IbM. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Gorontalo.
- 2016. *Manajemen Usaha Produk Unggulan Lokal Stik Jagung Ikan*. Gorontalo: Ideas Publishing.
- Nurhayati, Risky. 2011. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta Jurusan Ilmu Administrasi Pengguna Handphone Merek Nokia)*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Universitas Pembangunan Nasional Yogyakarta.
- Ratnasari Andri, 2013. *Peranan Industri Kecil Menengah (Ikm) Dalam Penyerapan Tenaga Kerja Di Kabupaten Ponogoro*. Jurnal Penelitian Bisnis Manajemen.
- Simamora, Bilson. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Ilmu.
- Soekartawi. 2013. *Agribisnis Teori Dan Aplikasinya*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sugiyono. 2003. *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2005. *Statistika Untuk Penelitian*: Bandung. Alfabeta
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung ALFABETA.
-, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA, CV.

- Sulistiyari, Ikanita Novirina. 2012. *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Diponegoro
- Tjiptono, Fandi. 2007, *Strategi Pemasaran Modern*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
-, 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Triastuti, RJ., dkk. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen*. Diponegoro Journal Of Management.
- Wahyuni, Sasongko & Sari, AY. 2013. *Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Pia Warung Glenmore Banyuwangi*. Jurnal Penelitian. Universitas Jember.
- Wardani, R.B.N. 2012. *Analisis Pengaruh Kemasan Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Masyarakat Umum Di Bekasi (Studi Kasus Pada Ukm Keripik Maicih)*. Jurnal Penelitian Ekonomi. Universitas Gunadarma.
- Wiguna, SP. 2007. *Pengaruh Kemasan Produk Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Jajan Khas Kota Gresik*. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Negeri (UIN) Malang.
- Wijayanti, dkk. 2014. *Perancangan Logo Dan Desain Kemasan Untuk Dhisti Cookies Sebagai Camilan Di Kota Solo*. Jurnal Penelitian Komunikasi Visual. Fakultas Sastra dan Seni Rupa. Universitas Kristen Petra Sukarta.