

## **BAB 5**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Hasil olah data yang telah dilakukan dan pembahasan mengenai uji hipotesis yang tertera pada Bab 4, serta hal ini juga terdapat keterkaitan dengan permasalahan sebagaimana telah diungkapkan pada Bab 2, pada Bab 5 peneliti akan menjelaskan mengenai kesimpulan, saran, dan keterbatasan penelitian pada penelitian ini.

#### **5.1. Simpulan**

Hasil olah data dan pembahasan pada bab 4, hasil pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Promosi *Online Platform* Instagram memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Pembelian konsumen *Fusion Sorbet Ghiaccio*. Dengan hasil penelitian ini yang menyatakan bahwa dengan meningkatkan promosi dengan menggunakan media sosial Instagram yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen *Fusion Sorbet Ghiaccio* sehingga meningkatkan minat pembelian konsumen terhadap produk *Fusion Sorbet Ghiaccio*, maka hipotesis pertama diterima. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tungka *et al.* (2020) bahwa *Social Media Marketing* dengan Aspek *Customization* dan Aspek *Trendiness* berpengaruh positif dan signifikan sedangkan Aspek *Entertainment*, Aspek *Interaction*, dan Aspek *Word of Mouth* berpengaruh namun tidak signifikan terhadap minat beli konsumen. Aji *et al.* (2020) menyatakan bahwa *Social Media Marketing Activities* (SMMA) yang berpengaruh positif terhadap minat pembelian konsumen. Peneliti menggunakan 5 indikator pada kualitas pelayanan yaitu *Entertainment*, *Customization*, *Trendiness*, *Interaction*, dan *Word-Of-Mouth*.
2. Desain Pada Kemasan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Pembelian konsumen *Fusion Sorbet Ghiaccio*. Dengan hasil penelitian ini yang menyatakan bahwa dengan memperbaiki dan menyempurnakan desain kemasan produk *Fusion Sorbet Ghiaccio* yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen *Fusion Sorbet Ghiaccio* sehingga meningkatkan minat pembelian konsumen terhadap produk *Fusion Sorbet Ghiaccio*, maka hipotesis kedua diterima. Sejalan dengan penelitian Wahyuni dan Ernawati (2020) bahwa *Product*

3. *Assortment* tidak berpengaruh positif dan signifikan sedangkan Desain Kemasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian konsumen.

## 5.2. Saran

Dari hasil penelitian tersebut yang telah dihasilkan dengan memiliki kesimpulan seperti diatas maka berikut akan diuraikan beberapa saran teoritis dan saran praktis dari hasil penelitian tersebut:

### 5.2.1 Saran Akademis

Berikut beberapa saran teoritis yang terdapat pada penelitian ini:

1. Diperlukan pendalaman teori yang lebih lanjut mengenai teori promosi *online platform* Instagram dan desain pada kemasan agar pembahasan yang dituliskan dan dibahas dalam penelitian ini dapat lebih tertuju dan lebih menjelaskan pengaruh pada promosi *online platform* Instagram dan desain pada kemasan terhadap minat pembelian konsumen.
2. Dalam penelitian ini terdapat pengaruh yang cukup paling besar antara variabel promosi *online platform* Instagram dan desain pada kemasan terhadap minat pembelian konsumen, oleh karena itu dalam penelitian selanjutnya diharapkan dapat dilakukan penelitian lebih dalam mengenai variabel-variabel lain yang mempengaruhi minat pembelian konsumen yang tidak diteliti pada penelitian ini.

### 5.2.2 Saran Praktis

Berikut beberapa saran praktis yang terdapat pada penelitian ini:

1. Meningkatkan promosi menggunakan media sosial Instagram, dengan mengikuti keinginan konsumen berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan yaitu membuat feeds pada Instagram yang menghibur, terdapat kustomisasi feeds dan memiliki keterbaruan feeds dalam 1 hari sekali lalu mengadakan *live* Instagram mengenai produk Ghiaccio dalam 1 minggu sekali dan juga menyertakan testimoni dari pelanggan Ghiaccio.
2. Menetapkan sebuah standar desain serta kualitas pada kemasan produk *Fusion Sorbet* Ghiaccio sehingga produk tersebut memiliki keunggulan bersaing melalui standar yang telah ditentukan sehingga kepuasan pelanggan dapat terpenuhi dan berpengaruh pada minat pembelian konsumen.

### 5.3. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini merupakan terdapat beberapa pernyataan dalam kuesioner yang memiliki pemahaman ganda, oleh karena hal tersebut yang dapat timbul beberapa persepsi ketika responden membaca pernyataan tersebut. Keterbatasan lain yakni penggunaan responden yang diluar *followers* Instagram Ghiaccio dikarenakan Instagram *Fusion Sorbet* Ghiaccio belum memiliki cukup *followers* sehingga responden yang digunakan menggunakan konsumen yang mengetahui *Fusion Sorbet* Ghiaccio dari sosial media lainnya seperti Line dan WhatsApp.

## Daftar Pustaka

- A, Aziz, Hidayat. 2017. *Metode penelitian Keperawatan dan Teknik Analisis Data*. Jakarta: Salemba Medika.
- Aji *et al.* 2020. *Effect of social media marketing on Instagram towards purchase intention: Evidence from Indonesia's ready-to-drink tea industry*, Jurnal Manajemen, Jakarta : Universitas Bina Nusantara.
- Amin, H. 2015. *Aplikasi Asuhan Keperawatan Berdasarkan Diagnosa Medis dan Nanda Nic- Noc*, Edisi Revisi, Jilid 3, Jogakarta: Mediacion Publishing.
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Bbs.Binus.ac.id. 2017. Social Media Marketing. Diakses pada tanggal 17 Januari 2021, pada pukul 19.48 WIB., didapat dari <https://bbs.binus.ac.id/gbm/2017/03/08/social-media-marketing/>
- Bloch, P. H., Bush, R.F., dan Campbell, L. 1993. Consumer Accomplices Product Counterfeiting : A Demand-Side Investigation, *Journal Consumer Marketing*, Vol.10, No. 2, pp. 27-36.
- Boyd, D. M dan Ellison, B. N. 2008. *Social Network Sites: Definition, History and Scholarship*. *Journal Of Computer-Mediated Communication*. Vol. 13.
- BPS.go.id. 2019. *Pertumbuhan Produksi Industri IBS Tahun 2018 Naik 4,07 Persen Dibandingkan Tahun 2017*. Diakses pada tanggal 28 Desember 2020, pukul 20.18 WIB., didapat dari <https://www.bps.go.id/pressrelease/2019/02/01/1623/pertumbuhan-produksi-ibs-tahun-2018-naik-4-07-persen-dibandingkan-tahun-2017.html>

- Booms, Bernard H. and Mary J. Bitner. 1981. "Marketing Strategies and Organization. Structures for Services Firms," in *Marketing of Services*, JHDonnelly and W.R.George, eds. Chicago, *American Marketing*, 47-51.
- Cahyorini dan Rusfian. 2011 . *The Effect of Packaging Design on Impulsive Buying. Journal of Administrative Science & Organization*, 11-21.
- Campina. 2018. *Public Expose PT Campina Ice Cream Tbk*. Diakses pada tanggal 16 Januari 2021, pukul 21.23 WIB., didapat dari <http://www.campina.co.id/>
- Chaffey, Dave dan Smith, PR. 2013. *E-Marketing : Excellence*, United Kingdom : Butterworth-Heinemann.
- Dayanto. 2011. *Administrasi Pendidikan*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Deyla, Rahmawati H. 2018. Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, dan Tingkat Literasi keuangan Syariah Terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Muslim Menggunakan Produk Perbankan Syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Economia*. Vol 14 No 01.
- Febriani, Nufan S. dan Dewi, Wayan Weda Asmara. 2018. *Teori dan Praktis Riset Pemasaran Komunikasi Terpadu*, Malang : UB Press.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Edisi Ke 4, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar, 2003, *Ekonometri Dasar*. Terjemahan: Sumarno Zain, Jakarta: Erlangga.
- Hair *et.al.* 1995. *Multivariate Data Analysis With Reading, Fourth Edition*, New Jersey, Prentice Hall.
- Harminingtyas, Rudika. 2013. Analisis Fungsi Kemasan Produk Melalui Model View Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Rokok Kretek Merek Dji Sam Soe Di Kota Semarang", *Jurnal STIE Semarang*, Vol. 5,.

Haslinda dan Jamaludin, M. 2016. *Pengaruh Perencanaan Anggaran dan Evaluasi Anggaran terhadap Kinerja Organisasi dengan Standar Biaya sebagai Variabel Moderating pada Pemerintah Daerah Kabupaten Wajo*. Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban Vol. II No. 1.

Hellosehat.com, 2020. *Dua Resep Sorbet, Camilan Segar yang Mudah Dibuat*. Diakses pada tanggal 12 Januari 2021, pukul 19.36 WIB., didapat dari <https://hellosehat.com/nutrisi/resep-sehat/nutrisi-dan-resep-sorbet/>

Jones, Jennifer J, 1991. *Earnings Management During Import Relief Investigations*. *Journal Of Accounting Research*, Vol 29, No.2 1991, p.193 – 228.

Kabani, Shama Hyder, 2012. *The Zen of Social Media Marketing*, Texas : BenBella Books .

Kotler, Philip, 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid I dan II. Terjemahan Oleh A.B. Susanto, Jakarta: Erlangga.

\_\_\_\_\_, 2012. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Terjemahan oleh Benyamin Molan, Jakarta : Indeks.

\_\_\_\_\_, 2014. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 1, Terjemahan oleh Benyamin Molan, Jakarta : Prenhalindo.

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, 12th Edition*, Jilid 1, Terjemahan Bob Sabran, Jakarta : Erlangga

\_\_\_\_\_, 2016. *Principles of Marketing, 16th Edition*, Jilid 1, Terjemahan Bob Sabran, Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2011. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1 dan 2, Terjemahan Bob Sabran, Jakarta :Erlangga.

\_\_\_\_\_. 2012. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, Terjemahan Bob Sabran, Jakarta :Erlangga.

\_\_\_\_\_. 2013. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 12, Jakarta : PT. Indeks.

\_\_\_\_\_. 2017. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 1, Terjemahan Bob Sabran, Jakarta :Erlangga.

- Latief, Abdul. 2018. Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen dan Keuangan*. Vol.7, No.1.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Ketiga, Jakarta : Salemba Empat.
- McCarthy, J. E. 1968, *Basic Marketing. A Managerial Approach*. Homewood, IL: Irwin.
- Merdeka.com. 10 Macam Media Sosial Yang Paling Sering Digunakan oleh Orang Indonesia. Diakses pada 18 Januari 2021 pukul 09.48 WIB., didapat dari <https://www.merdeka.com/jatim/10-macam-media-sosial-yang-paling-sering-digunakan-oleh-orang-indonesia-kln.html?page=all>
- Narita, T., dan Suyanto, A. 2019. Analisa Efektivitas Iklan Web Series Dengan Menggunakan Epic Model, *Jurnal Mitra Manajemen*., Vol. 3, No. 1, Januari: pp 84-95.
- Nisrina, M., 2015. *Bisnis Online Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*, Yogyakarta : Kobis.
- Payadnya, I Putu A.A., & Jayantika, I Gusti A.N.T. 2018. *Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik dengan SPSS*, Yogyakarta : DEEPUBLISH.
- Priansa, Donni Junni . 2017. *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung : Alfabeta
- Priyatno, Duwi. 2013. *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate Dengan SPSS*, Yogyakarta : Gava Media.
- \_\_\_\_\_. 2014. *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Rambat, Lupiyoadi. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Jakarta : Salemba Empat.
- Sanusi, Anwar . 2012. *Metode Penelitian Bisnis*, Jakarta : PT. Salemba Empat.

- Sekaran, Uma. 1992. *“Research Methods for Business”*. Third Edition. Southern Illionis University.
- Sekarlaranti, Ariesta. 2013. *Persepsi Konsumen Terhadap Warna, Tipografi, Bentuk Grafis dan Gambar pada kemasan Produk dengan Pendekatan Multidimensional Scaling*, Yogyakarta : Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Sholikhah, Amirotun. 2016. *Statistik Deskriptif dalam Penelitian Kualitatif*. Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto.
- SIRCLO, 2020. *4 Alasan Kenapa Soical Commerce Patut Jadi Platform Penjualan Untuk Bisnis*. Diakses pada tanggal 28 Desember 2021, pukul 20.31 WIB., didapat dari [https://www.sirclo.com/4-alasan-kenapa-social-commerce-patut-jadi-platfor m-penjualan-untuk-bisnis/](https://www.sirclo.com/4-alasan-kenapa-social-commerce-patut-jadi-platfor-m-penjualan-untuk-bisnis/)
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung : Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung : Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy, 2015. *Strategi Pemasaran, Edisi Keempat*, Yogyakarta : Andi Offset.
- Trends, Google. 2020. *Dessert*. Diakses pada 12 Desember 2020, pukul 09.35 WIB., didapat dari [trends.google.com/trends/explore?geo=US&q=DESSERT](https://trends.google.com/trends/explore?geo=US&q=DESSERT)
- \_\_\_\_\_. 2020. *Sorbet*. Diakses pada 12 Desember 2020, pukul 09.35 WIB., didapat dari [trends.google.com/trends/explore?geo=US&q=SORBET](https://trends.google.com/trends/explore?geo=US&q=SORBET)
- \_\_\_\_\_. 2020. *Kemasan*. Diakses pada 12 Desember 2020, pukul 10.12 WIB., didapat dari [trends.google.com/trends/explore?geo=US&q=kemasan](https://trends.google.com/trends/explore?geo=US&q=kemasan)
- \_\_\_\_\_. 2020. *Promosi*. Diakses pada 12 Desember 2020, pukul 10.32 WIB., didapat dari [trends.google.com/trends/explore?geo=US&q=promosi](https://trends.google.com/trends/explore?geo=US&q=promosi)

- Trijayanti, V. 2013. Effect Of Personal Value Toward E-Shopping Behavior through Attitude Toward E-Shopping Attributes, *Jurnal manajemen*, Vol. 1, No. 3.
- Tungka, Delicia; Lionardo, Michaela M; Thio, Sienny dan Iskandar. 2020. Pengaruh *Social Media Marketing* Pada Instagram Terhadap Minat Beli Chatime Indonesia, *Jurnal Manajemen*, Surabaya : Universitas Kristen Petra.
- Van Djick, J. 2013. *The culture of connectivity : A critical History Of Social Media*, United Kingdom : Oxford University Press.
- Wahyuni, Iryanti dan Ernawati, Sri. 2020. Analisis Pengaruh *Product Assortment* dan Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Pada UMKM Di Kota Bima. *Jurnal Sekretari dan Manajemen*, Bima : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima.
- Wulandari, Yunizar Sri. 2017. Efektivitas Promosi melalui Twitter pada Perusahaan Pariwisata Bahari “Ibu Penyu”. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat*, Bogor : Fakultas Ekologi Manusia-IPB.
- Yusi, H.M. Syahirman Yusi dan Idris, Umiyati. 2009. *Metodeologi Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta : Citrabooks Indonesia.