

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

Dengan mengacu kepada hasil pengolahan data dan pembahasan mengenai pengujian hipotesis pada Bab 4, serta terkait dengan permasalahan yang akan dipecahkan pada Bab 2, pada Bab 5 penulis akan menjelaskan mengenai kesimpulan, saran dan keterbatasan penelitian pada penelitian ini.

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang dilakukan peneliti mengenai pengaruh kemasan dan persepsi harga terhadap minat beli Soerabaia De Chocolate, diperoleh simpulan sebagai berikut :

1. Kemasan berpengaruh terhadap minat beli calon konsumen Soerabaia De Chocolate dikarenakan setiap kenaikan 1 poin di variabel kemasan maka akan ada tambahan nilai 0,345 sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima.
2. Persepsi Harga berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli calon konsumen Soerabaia De Chocolate dikarenakan setiap kenaikan 1 poin di variabel persepsi harga maka akan ada tambahan nilai 0,601 sehingga hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian di dapatkan saran sebagai berikut:

5.2.1 Saran Akademis

1. Diperlukan penggalan informasi yang lebih baik mengenai kemasan produk dan persepsi harga yang baik, sehingga pembahasan berikutnya yang berkaitan dengan dimensi kemasan dan persepsi harga menurut para ahli bisa lebih sesuai lagi (seperti contoh menggunakan perusahaan lain sebagai bahan penelitian, menggunakan indikator yang berbeda untuk variabel yang sama yaitu persepsi harga dan kemasan produk, dll)
2. Penelitian ini menjelaskan seberapa besar pengaruh kemasan produk dan persepsi harga secara simultan terhadap minat beli, sehingga pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat dilakukan penelitian lebih dalam mengenai variable-variabel lain. Seperti contoh variabel kualitas produk, citra merek, persepsi harga, marketing, dll yang dapat mempengaruhi minat beli yang tidak diteliti pada penelitian ini

5.2.2 Saran Praktis

- 1) Soerabaia De Chocolate dapat melakukan survei terhadap calon konsumen tentang harga yang ditawarkan oleh perusahaan apakah sudah sesuai dengan kualitas maupun desain dari produk yang diberikan, yang dapat memberikan harga sesuai dengan calon konsumen sehingga harga produk menjadi lebih kompetitif. (saran ini didasarkan terhadap hasil penelitian atau riset yang dilakukan yang berdasarkan terhadap indikator dan variabel yang ada di penelitian)
- 2) Soerabaia De Chocolate dapat melakukan survei terhadap konsumen mengenai tanggapan implisit serta eksplisit calon konsumen untuk memenuhi harapan mengenai kemasan produk Soerabaia De Chocolate. (saran ini didasarkan terhadap hasil penelitian atau riset yang dilakukan yang berdasarkan terhadap indikator dan variabel yang ada di penelitian)

5.3 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini adalah menggunakan dua variabel bebas yaitu keamanan produk dan persepsi harga yang mempengaruhi minat beli konsumen Soerabaia De Chocolate. Peneliti menggunakan kedua variabel tersebut karena berharap dapat memberikan solusi atau wawasan untuk memecahkan permasalahan yang dialami pengusaha, sehingga pengusaha dapat lebih mudah menjalankan usahanya di kemudian hari. Selain itu, peneliti memiliki keterbatasan penelitian pada variabel kemasan produk, karena responden atau calon konsumen memiliki pandangan yang berbeda mengenai masalah desain kemasan, jenis kemasan, dan desain logo. Calon konsumen sebagai seorang manusia memiliki pandangan mengenai sebuah hasil seni yang berbeda-beda sehingga indikator desain kemasan, jenis kemasan, dan desain logo termasuk sebagai batasan penelitian dikarenakan indikator tersebut tidak bisa dinilai secara akurat melalui angka karena sudah masuk rana *taste* atau pandangan orang yang berbeda-beda mengenai karya seni.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Williams, louis., 2019 Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap minat beli calon konsumen CUCU. Volume 4 Nomor 3.
- Durianto, Darmadi, 2001. Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek, Jakarta.PT Gramedia Pustaka Utama
- Eko Purnomo, 2016. Pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap minat beli konsumen dalam membeli beras lokal (studi kasus desa rambah utama)
- Gunaratne, Nadeesha., 2019. *Effects of packaging design on sensory liking and willingness to purchase: A study using novel chocolate packaging.*
- Hendryadi, 2014. Konstanta *Negatif* ..Bagaimana ?. Diakses 18 Desember 2021, Opukul 18.00 WIB, didapat dari [Konstanta Negatif ..Bagaimana ? - Teorionline \(wordpress.com\)](#)
- Ivanko, Billy., 2016. Pengaruh kemasan terhadap minat beli masyarakat dengan kualitas sebagai variabel mediasi pada produk “Legit”. Volume 2 Nomor 6.
- Kusnadar, Viva., 2021. Jumlah Penduduk Kota Surabaya 2,87 Juta Jiwa pada 2020. Diakses 15 November 2020, pukul 17.00 WIB, didapat dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/07/jumlah-penduduk-kota-surabaya-287-juta-jiwa-pada-2020#:~:text=Hasil%20Sensus%20Penduduk%202020%20menunjukkan,di%20kota%20tersebut%20adalah%20perempuan.>
- Priyatno, D., 2013. Analisis Korelasi Regresi Dan Multivariate Dengan Spss, Yogyakarta: Gava Media.
- Sugiyono, P.D., 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Bandung: Alfabeta.
- Suryana., 2010, Metode Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif.
- Sudjadi Tjipto Rahardjo, 2019. Desain Grafis Kemasan UMKM
- Sugiyono, 2007. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.
- Wirayanthi, N. and Santoso, S. , 2019. ‘Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Terhadap Minat Beli Produk Private Label