

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah terkumpul serta pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan metode regresi linear berganda, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut

1. Pengaruh gaya hidup sehat (X1) terhadap niat pembelian dilakukan dengan pengujian T- Test. Secara (Uji t) variabel gaya hidup bebas (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat pembelian (Y) pada Milky Malty. Sehingga semakin banyak masyarakat yang menerapkan gaya hidup sehat, maka akan semakin tinggi niat pembeliannya terhadap produk Milky Malty.
2. Gaya hidup sehat (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap konsumen (X2)
3. Pengaruh sikap (X2) terhadap Niat Pembelian dilakukan dengan pengujian T- Test. Secara (Uji t) variabel bebas Sikap (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Niat Pembelian (Y) pada Milky Malty.
4. Variabel sikap tidak signifikan dalam memediasi hubungan antara gaya hidup sehat dan niat pembelian, sehingga sikap bukan merupakan variabel mediasi dalam penelitian ini.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Adapun yang menjadi saran teoritis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Perlu adanya pendalaman teori lebih dalam dari para ahli mengenai gaya hidup sehat, sikap dan niat pembelian sehingga pembahasan yang dilakukan pada

penelitian mengenai pengaruh gaya hidup sehat, dan sikap terhadap niat pembelian dapat lebih detail

Selain itu, apabila melakukan penelitian yang serupa, sebaiknya dapat memperluas cakupan daerah yang diteliti karena gaya hidup sehat tidak hanya ada di satu kota saja melainkan di kota-kota lain juga mulai banyak masyarakatnya yang sadar akan hal itu.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat diusulkan beberapa saran yang dapat menjadi pertimbangan bagi Milky Malty, antara lain:

1. Lebih banyak memberikan edukasi kepada calon pembeli Milky Malty mengenai komposisi dari Milky Malty yang baik untuk kesehatan tubuh dan dapat mendukung pola gaya hidup sehat yang sedang mereka jalani. Oleh karena itu sebaiknya Milky Malty dapat mengikuti beberapa event/acara kesehatan yang ada yang diselenggarakan oleh pemerintahan, korporat ataupun universitas dan lembaga masyarakat guna lebih meningkatkan gaya hidup sehat dikalangan masyarakat yang dalam penelitian ini terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat pembelian produk kesehatan seperti Milky Malty.
2. Dapat memperbanyak kegiatan promosi/iklan baik di media massa ataupun online yang dapat meningkatkan faktor kepercayaan dan keyakinan konsumen, dimana hal tersebut merupakan faktor-faktor penting yang mempengaruhi sikap seseorang dalam mengevaluasi suatu produk. Karena dalam penelitian ini terbukti bahwa sikap seseorang juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian produk Milky Malty.

5.2.3 Saran untuk Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih mengembangkan penelitian ini khususnya variabel gaya hidup sehat dan sikap terhadap niat pembelian. Selain itu, dapat dilakukan dengan menggunakan metode yang lain agar hasilnya dapat lebih detail, kemudian bisa ditambahkan variabel-variabel lain yang mempengaruhi niat pembelian.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya memasukkan variabel gaya hidup sehat dan sikap terhadap niat pembelian produk Milky Malty, sehingga masih banyak variabel bebas lainnya yang belum diteliti dalam penelitian ini.

Dalam situasi pandemi Covid-19, peneliti hanya dapat mengumpulkan data melalui kuesioner *online*, sehingga data yang diperoleh sangat terbatas, serta terdapat juga beberapa pertanyaan online dimana mungkin ada kesalahpahaman yang ditangkap oleh responden

DAFTAR PUSTAKA

- Anne, Ahira, 2010, Pengertian Pola Hidup Sehat, Didapat dari <http://www.anneahera.com/pengertian-pola-hidup-sehat-8691.htm>. Diakses pada 3 Oktober 2021, pukul 20.04 WIB
- Ajzen, I., 2005, *Attitudes, Personality, and Behavior. 2nd Edition*, New York: Open University Press.
- Azwar S., 2013, *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cahyarani, Inas., 2018, Pengaruh Gaya Hidup Sehat, Sikap Konsumen dan Persepsi Harga Terhadap Niat Pembelian Produk Makanan Organik, *Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta.*, 2018.
- Chen, F. M., 2009, Attitude Toward organic foods among Taiwanese as related to health consciousness environmental attitudes, and the mediating effects of a healthy lifestyle., *British Food Journal* Vol III No 2, 2009 pp 165-178.
- Gracia, A. & Magistris, T., 2007, *Organic Food Product Purchase Behaviour: A Pilot Study for Urban Consumers in the South of Italy*, Spanish Journal of Agricultural Research, 5(4): 439–451.
- Ghozali, Imam, 2018, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 9)*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, Anwar. 2017. Pengertian Uji Asumsi Klasik Regresi Linear dengan SPSS. Didapat dari <http://www.statistikian.com> Diakses pada tanggal 28 Oktober 2021, pukul 18.06.
- Hidayat, Anwar, 2017, Uji F Dan Uji T. Didapat dari <http://www.statistikian.com> Diakses pada tanggal 28 Oktober 2021, pukul 18.45.
- Kotler, P., 2016, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- _____, Philip dan Armstrong, Gary., 2012, *Prinsip Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, Jakarta: Erlangga.
- _____, Philip dan Lanekeller, Kevin., 2010, *Manajemen Pemasara.*, Indonesia : PT. Indeks.
- Mantala, I Putu Febryantha, 2019, Peran Sikap Dalam Memediasi Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Smartphone di Kota Denpasar, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana Bali*.
- Perdana, Satria., 2021, 5 Kelebihan Susu Almond Dibandingkan Susu Lainnya Didapat dari <https://hellosehat.com/nutrisi/fakta-gizi/8-kelebihan-susu-almond-dibanding-susu-lainnya/> Diakses pada 28 Oktober 2021, pukul 18.33

- Schiffman, Leon dan Kanuk Lelie, Lazar., 2010, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Indeks.
- Schiffman, L., G., and Wisenblit, J., 2015, *Consumer Behavior 11th Ed*, New Jersey: Prentice Hall.
- Sholikhah, A., 2016. Statistik Deskriptif Dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Komunika*, Vol. 10, No. 2, Juli - Desember 2016.
- Sumarwan, Ujang., 2011, *Perilaku Konsumen*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sugiyono., 2017, *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, Bandung: Alfabeta.
- Sutisna., 2013, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Jakarta : Erlangga.
- Tsui-Yii., 2010, Comparative Analysis of Marketing Strategies For Manufacturers And Retailers Brands, *International Journal of Electronic Bussiness Management*, Vol.8, No.1, pp. 56-67.
- Wen, M.L.Y., and S. H. Li., 2013, A Study On The Realitionsip Amidst Health Consciousness, Ecological Affect, and Purchase Intention Of Green Production. *International Journal of Organizational Innovation*, 5(4), pp: 2-3.
- Wijaya, T. & Suprpto B., 2012, *Intentions of Indonesian Consumers on Buying Organic Food*. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, Vol. 3, No. 2, April 2012
- Wijaya, T., 2013, Sikap terhadap Makanan Organik, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Konsumen Makanan Organik: Konsep dan Pengukuran, *Jurnal Ilmu Sosial dan Ekonomi*.
- _____, 2017, Nilai Orientasi Alami Manusia dan Pengetahuan Organik Sebagai Determinan Perilaku Beli Pangan Organik., *Jurnal Siasat Bisnis*, Vol. 21, No 2, 2017, 161-180.
- Yasmin, P. A., 2018, Menperin: Industri makanan dan minuman tumbuh 9,23%. Didapat dari <https://finance.detik.com/industri/d3985814/menperin-industri-makanan-danminuman-tumbuh-923> Diakses pada 28 Oktober 2021 pukul 20.53.