

## BAB V

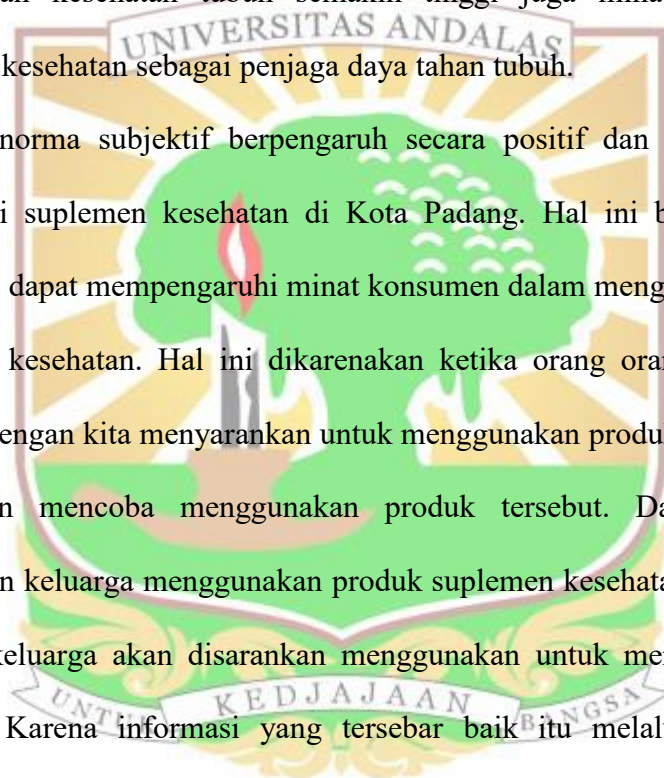
### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini memiliki 5 variabel yang diteliti yaitu persepsi, motivasi, norma subjektif, sikap dan minat beli. Penelitian ini memakai kuisioner sehingga data yang didapat merupakan data primer yang disebar menggunakan google form serta disenbar secara langsung ke responden, jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 156 orsang yang merupakan masyarakat yang mengetahui informasi mengenai suplemen kesehatan di Kota Padang. Dari pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, penelitian ini memiliki 4 hipotesis, dari semua hipotesis yang diuji berupa 3 pernyataan hipotesis diterima dan satu pernyataan hipotesis ditolak.

1. Variabel Persepsi tidak berpengaruh signifikan pada minat beli suplemen kesehatan di Kota Padang. Dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa persepsi yang ada di benak konsumen tidak begitu berpengaruh terhadap minat konsumen dalam mengkonsumsi suplemen kesehatan. Karena ketika produk baik untuk kesehatan dan dapat menjaga kesehatan belum tentu menumbuhkan niat mereka dalam mengkonsumsi produk, karena tidak semua kalangan memperhatikan kesehatan mereka dengan baik. Ketika dirasa belum membutuhkan suplemen kesehatan untuk menjaga kondisi kesehatan tubuh persepsi mengenai produk baik untuk kesehatan dan dapat menjaga kesehatan belum menumbuhkan minat konsumen dalam menggunakan produk.

2. Variabel motivasi berpengaruh secara positif dan signifikan pada minat beli suplemen kesehatan di Kota Padang. Hal ini berarti responden merasa bahwa kesadaran akan kesehatan, rasa tanggung jawab akan kesehatan tubuh dan tingkat perhatian akan kesehatan sesuai dengan minatnya dalam mengkonsumsi suplemen kesehatan yang menjadi penjaga daya tahan tubuh dari penyakit yang marak pada saat ini. Semakin tinggi rasa tanggung jawab akan kesehatan tubuh semakin tinggi juga minat menggunakan suplemen kesehatan sebagai penjaga daya tahan tubuh.
3. Variabel norma subjektif berpengaruh secara positif dan signifikan pada minat beli suplemen kesehatan di Kota Padang. Hal ini berarti pengaruh orang lain dapat mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan produk suplemen kesehatan. Hal ini dikarenakan ketika orang-orang penting atau terdekat dengan kita menyarankan untuk menggunakan produk tertentu akan ada rasa ingin mencoba menggunakan produk tersebut. Dan juga ketika lingkungan keluarga menggunakan produk suplemen kesehatan maka sebagai anggota keluarga akan disarankan menggunakan untuk menjaga kesehatan bersama. Karena informasi yang tersebar baik itu melalui orang-orang terdekat maupun media sosial dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli produk suplemen kesehatan. Konsumen akan mempertimbangkan kembali apabila kebanyakan orang melakukan pembelian suplemen kesehatan, semakin banyak orang membeli produk akan menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli produk serupa.



4. Variabel norma subjektif berpengaruh secara positif dan signifikan pada minat beli suplemen kesehatan di Kota Padang. Hal ini berarti bahwa kepercayaan responden terhadap khasiat dari suplemen kesehatan mempengaruhi minat beli suplemen kesehatan sebagai pemenuhan kebutuhan pada masa sekarang ini. Bagaimana konsumen bersikap terhadap suatu produk mempengaruhi minat mereka dalam mengkonsumsi produk tersebut, sikap konsumen terhadap kesehatan sangat penting untuk menentukan niat beli mereka terhadap suplemen kesehatan. Konsumen akan membentuk sikap positif terhadap suplemen kesehatan karena dapat meningkatkan kesehatan secara keseluruhan dan mencegah atau mengurangi risiko kondisi kesehatan tertentu.

## 5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh dapat dimanfaatkan oleh berbagai pihak salah satunya bagi perusahaan di industri obat-obatan atau suplemen kesehatan itu sendiri. Hasil penelitian ini dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengatur strategi pemasaran produk mereka.

Pada variabel Persepsi, pernyataan “Saya merasa suplemen kesehatan aman untuk kesehatan” dan “Saya merasa saat mengkonsumsi suplemen kesehatan dapat menyehatkan tubuh saya” menunjukkan nilai terendah, hal ini menunjukkan bahwa responden belum merasa yakin akan keamanan produk suplemen kesehatan yang ada dan belum terlalu ada persepsi positif mengenai suplemen kesehatan untuk menyehatkan tubuh. Untuk itu hendaknya digencarkan

strategi pemasaran yang bisa memberikan keyakinan dan persepsi positif di mata konsumen dan memberikan pengetahuan bahwa menjaga kesehatan dengan mengkonsumsi suplemen kesehatan adalah hal yang dibutuhkan pada masa sekarang ini, sehingga dapat menimbulkan minat beli konsumen.

Pada variabel Motivasi, pernyataan “Saya selalu memperhatikan kesehatan saya sepanjang waktu” menunjukkan nilai terendah, hal ini memiliki arti bahwa responden belum memiliki kesadaran yang tinggi mengenai kesehatannya. Oleh karena itu hendaknya memberikan dorongan kepada konsumen untuk lebih memperhatikan kesehatan mereka agar lebih waspada terhadap kondisi kesehatan yang berubah.

Pada variabel norma subjektif, “Teman atau kolega saya berpikir saya harus mengkonsumsi suplemen kesehatan” hal ini menunjukkan informasi yang didapat antar sesama belum terkomunikasikan dengan baik. Sehingga lebih baik jika informasi yang diberikan lebih meyakinkan dan memberikan deskripsi yang jelas kepada konsumen agar seseorang merasa yakin untuk merekomendasikan produk kepada orang lain.

Pada variabel Sikap, pernyataan “Saya percaya bahwa mengkonsumsi suplemen kesehatan akan meningkatkan kesehatan saya secara keseluruhan” menunjukkan nilai terendah, hal ini menunjukkan bahwa kurangnya kepercayaan bahwa suplemen kesehatan akan menyehatkan tubuhnya. Oleh karena itu diperlukan pendeskripsian komposisi yang jelas dan memberikan keyakinan kepada konsumen mengenai khasiat khasiat yang dapat diperoleh jika mengkonsumsi suplemen kesehatan.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Selama proses penelitian dirasa hasil penelitian terdapat banyak ketidaksempurnaan dan keterbatasan yang berkemungkinan akan berpengaruh kepada hasil yang diharapkan. Sehingga, diharapkan keterbatasan ini dapat diperhatikan untuk penelitian selanjutnya. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini dilakukan selama masa pandemi Covid-19 yang mana disegala sektor indonesia terkena dampak, sehingga peneliti mengalami sedikit kesulitan dalam mengumpulkan data penelitian dikarenakan pertemuan yang terbatas.
2. Penelitian ini hanya mempertimbangkan karakteristik perilaku konsumen yang tertuang dalam lima variabel independen yaitu persepsi, motivasi, norma subjektif, dan sikap dan variabel dependen yaitu minat beli. Sedangkan mungkin saja banyak variabel lainnya yang berpengaruh kepada minat beli tetapi belum dibahas dalam penelitian ini.
3. Penelitian ini hanya dilakukan pada masyarakat kota padang yang mengetahui informasi mengenai produk suplemen kesehatan sebanyak 156 orang, ini sangat terbatas.

### 5.4 Saran Penelitian

Terdapat saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:



1. Untuk penelitian selanjutnya dianjurkan menambah variabel lain yang dirasa juga berpengaruh pada minat beli yang tidak diteliti pada penelitian ini, seperti harga, kualitas produk, promosi, dan lainnya
2. Penelitian selanjutnya dapat lebih memperbanyak jumlah responden penelitian.
3. Diharapkan ruang lingkup area yang dipilih untuk penelitian masa yang akan datang diperluas, sehingga cakupan responden dapat lebih luas.
4. Untuk Industri Kesehatan disarankan untuk memperhatikan perilaku konsumen seperti persepsi, motivasinya dalam membeli dan juga lingkungan sekitarnya karena informasi yang didapatkan konsumen dapat mempengaruhinya dalam mengkonsumsi produk serta sikap konsumen terhadap produk karena dilihat hal hal tersebut dapat mempengaruhi konsumen dalam minat belinya pada produk suplemen kesehatan.

Hasil penelitian ini bisa dipakai untuk penelitian di waktu yang akan datang sebagai rujukan atau referensi mengenai persepsi, motivasi, norma subjektif dan sikap terhadap minat beli suplemen kesehatan

