

BAB V

PENUTUP

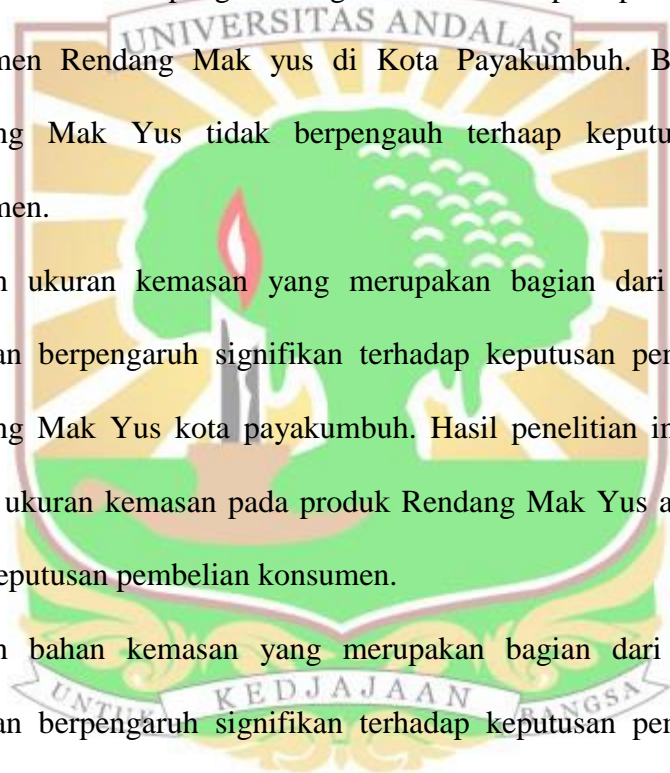
5.1 Kesimpulan

Penelitian ini meneliti tentang pengujian elemen visual kemasan dan elemen verbal kemasan terhadap keputusan pembelian konsumen. Variabel penelitian yang digunakan adalah variabel terikat yaitu keputusan pembelian konsumen dan variabel bebas yang terdiri dari elemen grafis kemasan, warna kemasan, bentuk kemasan, ukuran kemasan, bahan kemasan, informasi pada kemasan dan nama merek pada kemasan. Penelitian ini dianalisis dengan menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda dengan bantuan program IBM SPSS versi 22.

Objek dalam penelitian ini adalah salah satu UMKM makanan di kota Payakumbuh yang telah menggunakan kemasan produk sesuai Standar Nasional Indonesia yaitu Rendang Mak Yus. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2017 dengan jumlah responden sebanyak 155 orang. Berdasarkan pengujian menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

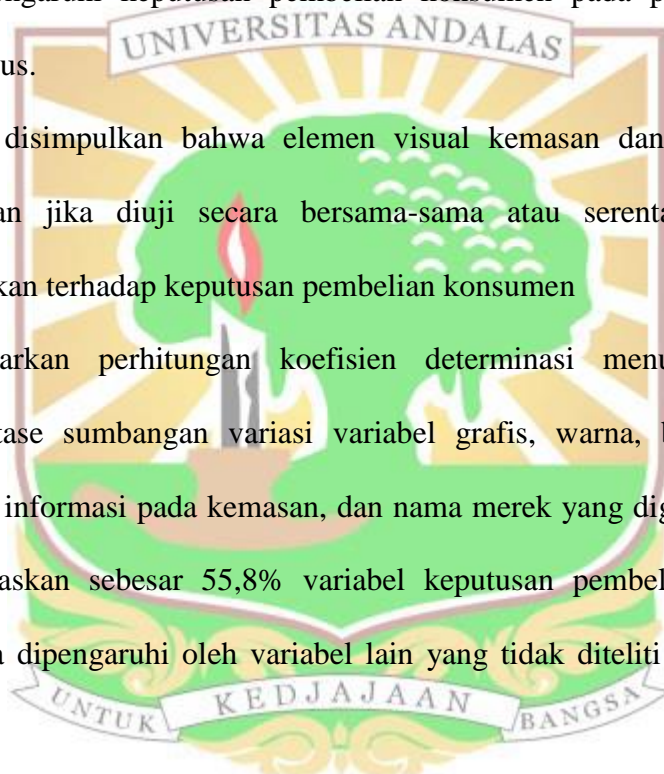
1. Elemen grafis kemasan yang merupakan bagian dari elemen visual kemasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Rendang Mak Yus kota Payakumbuh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa desain elemen grafis kemasan pada produk Rendang Mak Yus di Kota Payakumbuh akan berdampak pada keputusan pembelian konsumen.

2. Elemen warna kemasan yang merupakan bagian dari elemen visual kemasan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Rendang Mak Yus kota Payakumbuh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa warna kemasan tidak mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada produk Rendang Mak Yus.
3. Elemen bentuk kemasan yang merupakan bagian dari elemen visual kemasan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Rendang Mak yus di Kota Payakumbuh. Bentuk kemasan Rendang Mak Yus tidak berpengaruh terhaap keputusan pembelian konsumen.
4. Elemen ukuran kemasan yang merupakan bagian dari elemen visual kemasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Rendang Mak Yus kota payakumbuh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran kemasan pada produk Rendang Mak Yus akan berdampak pada keputusan pembelian konsumen.
5. Elemen bahan kemasan yang merupakan bagian dari elemen visual kemasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Rendang Mak Yus Kota Payakumbuh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bahan kemasan pada rendang Mak Yus akan berdampak pada keputusan pembelian konsumen.
6. Elemen informasi pada kemasan yang merupakan bagian dari elemen verbal kemasan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Rendang Mak yus di kota payakumbuh. Hasil penelitian



ini menunjukkan bahwa informasi kemasan pada rendang Mak Yus tidak berdampak pada keputusan pembelian konsumen.

7. Elemen nama merek pada kemasan yang merupakan bagian dari elemen verbal kemasan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Rendang Mak Yus di kota payakumbuh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nama merek pada kemasan produk tidak mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada produk Rendang Mak Yus.
8. Dapat disimpulkan bahwa elemen visual kemasan dan elemen verbal kemasan jika diuji secara bersama-sama atau serentak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen
9. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi menunjukan bahwa persentase sumbangan variasi variabel grafis, warna, bentuk, ukuran, bahan, informasi pada kemasan, dan nama merek yang digunakan mampu menjelaskan sebesar 55,8% variabel keputusan pembelian. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.



5.2 Implikasi Hasil Penelitian

Persaingan di pasar untuk produk-produk makanan dalam kemasan telah menjadi sangat intensif. Temuan dalam penelitian ini mempunyai implikasi penting bagi produsen dan pemasar makanan kemasan. Kemasan adalah instrumen penting dalam kegiatan pemasaran modern, terutama di industri

makanan yang kompetitif. Kemasan terkait dengan keputusan strategis dari bauran pemasaran dan elemen dalam keputusan *positioning* produk.

Agar kemasan sesuai mengembangkan fungsinya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari elemen-elemen kemasan terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini mengungkapkan bahwa grafis kemasan, ukuran kemasan, dan bahan kemasan adalah alat penting yang harus terus diperbaiki dan dikelola untuk memastikan tetap relevan dengan target pasar. Meskipun terdapat perbedaan dengan literatur sebelumnya, dimana elemen grafis, warna, bentuk, bahan, ukuran, informasi pada kemasan, dan nama merek pada kemasan sebagai elemen yang memiliki pengaruh signifikan, masing-masing elemen memiliki pengaruh yang berbeda dalam pengambilan keputusan konsumen.

Produsen dan pemasar makanan harus memahami tanggapan konsumen untuk kemasan mereka, dan mengintegrasikan elemen-elemen yang dapat digunakan untuk merancang kemasan dengan desain terbaik. Penelitian ini membuktikan bahwa grafis kemasan, ukuran kemasan, dan bahan kemasan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada makanan khas Minangkabau di Rendang Mak Yus Payakumbuh. Hal ini memiliki implikasi penting bagi manajer dalam keputusan kemasan produk mereka. Hal ini juga menandakan kepada produsen bahwa mereka harus lebih fokus pada elemen warna kemasan, bentuk kemasan, informasi pada kemasan dan nama merek pada kemasan, daripada elemen visual produk seperti grafis kemasan, bahan kemasan, dan bentuk kemasan.

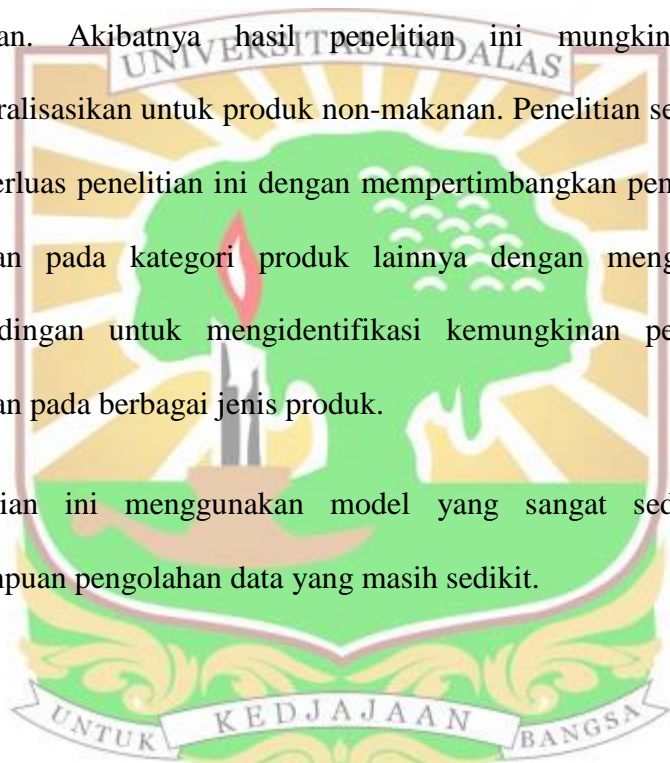
5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan-keterbatasan. Disisi lain, keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini diharapkan dapat dilakukan perbaikan untuk penelitian yang akan datang. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini antara lain:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada satu kategori produk yaitu produk makanan. Akibatnya hasil penelitian ini mungkin tidak dapat digeneralisasikan untuk produk non-makanan. Penelitian selanjutnya dapat memperluas penelitian ini dengan mempertimbangkan pentingnya elemen kemasan pada kategori produk lainnya dengan menggunakan studi perbandingan untuk mengidentifikasi kemungkinan pengaruh atribut kemasan pada berbagai jenis produk.
2. Penelitian ini menggunakan model yang sangat sederhana karena kemampuan pengolahan data yang masih sedikit.

5.4 Saran

Berdasarkan hasil penelitian pada konsumen Rendang Mak Yus Payakumbuh, penulis mengajukan beberapa saran sebagai bahan masukan dan pertimbangan yang diharapkan dapat memperbaiki desain kemasan produk demi memenuhi kebutuhan konsumen dan meningkatkan konsumen yang melakukan pembelian, diantaranya sebagai berikut:



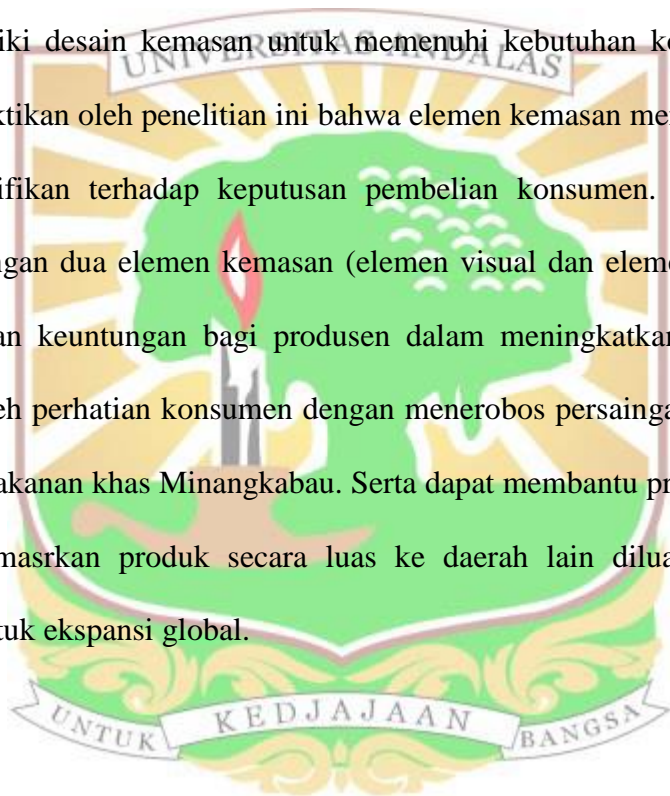
1. Untuk produsen Rendang Mak Yus Payakumbuh

- a. Grafis kemasan produk Rendang Mak Yus harus didesain dengan menarik dan menggunakan kombinasi gambar-gambar yang menggambarkan produk dapat memicu pembelian konsumen . Seperti mencantumkan gambar yang mencerminkan aktual produk dan mencantumkan gambar yang menggambarkan karakteristik produk agar memudahkan konsumen dalam mengidentifikasi produk. Oleh karena itu penting bagi pemasar untuk meningkatkan desain kemasan sekaligus nilai atribut untuk produk makanan khas Minangkabau.
- b. Produsen Rendang Mak Yus Payakumbuh perlu meningkatkan kemampuan dalam mendesain warna kemasan. Warna kemasan perlu didesain dengan pilihan-pilihan warna yang tepat dengan produk yang ditawarkan, seperti menggunakan kemasan dengan penuh warna karena dapat secara langsung memikat perhatian konsumen terhadap produk, menggunakan warna hangat yang dominan agar dapat merangsang selera makan konsumen sehingga berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen, dan menciptakan kemasan dengan warna yang terang agar dapat memudahkan konsumen untuk menemukan produk di rak penjualan.
- c. Produsen Rendang Mak Yus diharapkan agar menciptakan bentuk kemasan yang unik dan khas yang akan membantu produk untuk keluar dari pesaing dan mampu menangkap perhatian konsumen yang akan memberikan kontribusi untuk citra merek dan perusahaan.

d. Memberikan informasi rinci dan akurat pada kemasan mengenai produk, karena informasi pada kemasan hal yang penting dan sering digunakan konsumen untuk pertimbangan dalam pembelian produk.

2. Untuk produsen makanan khas Minangkabau

Dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, manajer ataupun produsen usaha makanan khas Minangkabau harus fokus memperbaiki desain kemasan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kaen telah dibuktikan oleh penelitian ini bahwa elemen kemasan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Penguatan dan penggabungan dua elemen kemasan (elemen visual dan elemen verbal) akan memberikan keuntungan bagi produsen dalam meningkatkan desain dalam memperoleh perhatian konsumen dengan menerobos persaingan yang ketat di industri makanan khas Minangkabau. Serta dapat membantu produsen tersebut untuk memasarkan produk secara luas ke daerah lain diluar Payakumbuh bahkan untuk ekspansi global.



3. Untuk peneliti selanjutnya

a. Penelitian selanjutnya diharapkan mengumpulkan data dari responden melalui wawancara langsung agar peneliti memperoleh data dengan mudah mengenai peran kemasan terhadap keputusan pembelian konsumen, karena berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan kecenderungan konsumen saat ini adalah enggan untuk membaca kuesioner yang diberikan.

b. Penelitian selanjutnya dapat menguji kategori produk lain selain produk makanan, sehingga akan lebih menggambarkan peran kemasan secara keseluruhan.

