

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menggunakan empat variabel yaitu terdiri dari tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen terdiri dari *health consciousness*, *healthy lifestyle*, dan *product quality*, sedangkan variabel dependen pada penelitian ini ialah *purchase decision*. Jenis data pada penelitian ini ialah data primer yang didapatkan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden yang sesuai dengan kriteria penelitian ini. Dalam pengumpulan data, kuesioner disebarkan menggunakan *Google Form* secara *offline* kepada responden. Data yang telah diperoleh diolah menggunakan *software* SPSS versi 25 yang menghasilkan analisis yang telah dipaparkan lebih lanjut pada penelitian ini. Berdasarkan hasil yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. *Health consciousness* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *purchase decision*. Hal ini menunjukkan bahwa apabila *health consciousness* pada konsumen meningkat maka semakin tinggi *purchase decision* konsumen dalam membeli yoghurt Cimory *squeeze* varian *plain*. Konsumen yang memperhatikan kesehatan mereka dan termotivasi untuk meningkatkan serta mempertahankan kesehatan cenderung memiliki motif yang lebih tinggi dalam membeli produk makanan atau minuman yang sehat karena melalui nutrisi yang

mereka peroleh menjadi faktor kunci ketika membuat keputusan dalam pembelian. Oleh karena itu, peran dari kesadaran konsumen terhadap kesehatannya dinilai sangat berguna dalam pembelian makanan atau minuman yang menyehatkan.

2. *Healthy lifestyle* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *purchase decision*. Hal ini menunjukkan bahwa apabila *healthy lifestyle* pada konsumen meningkat maka semakin tinggi *purchase decision* konsumen dalam membeli yoghurt Cimory *squeeze* varian *plain*. Konsumen cenderung membuat keputusan pembelian terhadap yoghurt cimory *squeeze* varian *plain* dikarenakan mengandung bahan yang menyehatkan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kandungan yang menyehatkan pada yoghurt cimory *squeeze* varian *plain* membantu konsumen dalam menerapkan gaya hidup yang sehat serta menjadi salah satu faktor yang meyakinkan konsumen ketika membeli yoghurt cimory *squeeze* varian *plain*.
3. *Product quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *purchase decision*. Hal ini menunjukkan bahwa apabila semakin baik *product quality* maka semakin tinggi *purchase decision* konsumen dalam membeli yoghurt Cimory *squeeze* varian *plain*. Hasil ini didukung dengan adanya kemampuan produk untuk memberikan hasil kinerja berupa kualitas yang sesuai atau bahkan melebihi apa yang diharapkan konsumen sehingga mempengaruhi keputusan pembelian.

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan dari hasil yang diperoleh dari penelitian ini memberikan implikasi yang dapat dimanfaatkan dan menjadi bahan pertimbangan atau informasi tambahan bagi perusahaan Cimory dalam melakukan pengembangan produk serta inovasi lainnya yang dapat menambah *value* pada produk-produk Cimory di Kota Padang. Adapun beberapa implikasi yang timbul dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Hasil dari penelitian terkait variabel *health consciousness* dengan item pernyataan “Saya merasa lebih memperhatikan kesehatan dibandingkan dengan orang lain” memiliki nilai *mean* terendah diantara indikator lain pada variabel *health consciousness*. Dapat dilihat dari sedikitnya responden yang setuju dengan pernyataan ini memperlihatkan bahwa konsumen tidak merasa yakin lebih memperhatikan kesehatan jika dibandingkan dengan orang lain. Konsumen mungkin merasa bahwa upaya mereka dalam menjaga kesehatan masih belum cukup dibandingkan dengan usaha orang lain. Dari pernyataan tersebut dapat diartikan bahwa perusahaan Cimory memiliki peranan penting dalam meyakinkan konsumen bahwa produk yang ditawarkan memang untuk kesehatan dengan menambahkan edukasi dan pemberian informasi yang jelas dan terpercaya dalam strategi pemasaran agar tercipta kepercayaan diri pada konsumen bahwa mereka juga memperhatikan kesehatannya. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah melalui transparansi dengan menyediakan bukti ilmiah yang mendukung klaim kesehatan pada produk

mereka dan berkolaborasi dengan ahli gizi serta perusahaan juga dapat memberikan edukasi melalui webinar atau konten digital yang membahas mengenai topik kesehatan secara umum kepada konsumen.

2. Hasil dari penelitian terkait variabel *healthy lifestyle* dengan item pernyataan “saya melakukan aktivitas fisik setiap hari” memiliki nilai *mean* terendah diantara indikator lain pada variabel *healthy lifestyle*. Dalam hal ini perusahaan Cimory dapat menciptakan program-program yang menarik seperti membuat tantangan kebugaran dalam bentuk periode waktu tertentu melakukan aktivitas fisik setiap hari seperti berjalan kaki, berlari, dan lainnya. Konsumen dapat membagi kemajuan atau pengalaman mereka melalui media sosial pribadi dengan menggunakan *hashtag* yang diberikan oleh perusahaan agar dapat menciptakan komunitas yang saling menyemangati agar tetap sehat serta dapat memberikan reward bagi konsumen yang dapat menyelesaikan tantangan tersebut. Sehingga hal ini dapat meningkatkan penjualan produk Cimory karena dapat mendukung dan membersamai proses konsumen dalam menjalankan aktivitas fisik mereka. Selain itu, perusahaan Cimory juga dapat meningkatkan upaya edukasi yang mendalam mengenai manfaat kesehatan yang didapatkan ketika mengonsumsi yoghurt agar para konsumen lebih tertarik untuk lebih memperhatikan kandungan dari sumber makanan mereka yang akan mempengaruhi kesehatannya.
3. Hasil dari penelitian terkait variabel *product quality* dengan item pernyataan “kualitas produk Cimory yoghurt *squeeze* varian *plain* dapat menyehatkan

tubuh” memiliki nilai *mean* terendah diantara indikator lain pada variabel *product quality*. Hal ini bisa terjadi karena kurangnya informasi dari perusahaan mengenai yoghurt terutama varian *plain* terhadap kesehatan konsumen. Untuk mengatasi hal ini, perusahaan Cimory perlu berkolaborasi dengan ahli gizi atau *influencer* di media sosial yang suaranya didengar oleh khalayak ramai dengan memberikan dukungan dan memperkuat klaim produk mereka. Selain itu, perusahaan Cimory juga dapat menggunakan *influencer* seperti @coachdeepyadav1863 dan @bobbyida di instagram untuk meyakinkan konsumen melalui bahwa rasa yoghurt Cimory varian *plain* dari sisi rasa memang kurang enak tapi lebih bermanfaat karena kadar gulanya yang lebih rendah dan memberi tips lainnya dalam mengonsumsi makanan dan minuman sehat.

4. Hasil dari penelitian terkait variabel *purchase decision* dengan item pernyataan “Cimory yoghurt *Squeeze* varian *plain* merupakan pilihan pertama saya dalam membeli produk yoghurt” memiliki *mean* yang lebih rendah dibandingkan indikator lainnya pada variabel *purchase decision*. Dalam hal ini perusahaan Cimory dapat memperkuat keunikan dan perbedaan kualitas dengan merek lain. Perusahaan Cimory dapat menegaskan kepada konsumen mengenai bahan-bahan yang digunakan, keunggulan rasa yang ditawarkan serta transparansi mengenai proses produksi yang sangat ketat dan higienis sehingga hal ini dapat membangun persepsi positif dari konsumen agar menjadikan yoghurt Cimory *Squeeze* terutama varian *plain* pilihan pertama mereka ketika membeli yoghurt

dipasaran. Selain itu, perusahaan Cimory dapat mengumpulkan ulasan konsumen lain dan mempublikasikannya di media sosial ataupun pada kemasan produk sehingga akan menimbulkan keyakinan konsumen lain ketika membeli produk Cimory.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyadari bahwa terdapat hambatan dan kekurangan pada penelitian ini. Berikut merupakan beberapa keterbatasan yang terjadi selama penelitian ini.

1. Penelitian ini hanya mengkaji pengaruh dari variabel *health consciousness*, *healthy lifestyle*, dan *product quality* terhadap *purchase decision*. Peneliti menyadari masih banyak faktor keberhasilan lainnya yang dapat mempengaruhi variabel *purchase decision* yang tidak menjadi bagian dari penelitian ini.
2. Ruang lingkup penelitian ini hanya mencakup masyarakat di Kota Padang sehingga penelitian ini belum bisa memberikan hasil dengan domisili responden yang lebih luas.
3. Proses pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner secara *offline* kepada responden. Peneliti mengalami kesulitan untuk menjangkau responden secara merata di Kota Padang serta masih banyak responden yang menolak untuk meluangkan waktu dalam mengisi kuesioner karena memiliki aktivitas lain

yang mendesak sehingga peneliti membutuhkan lebih banyak waktu dalam mengumpulkan data penelitian.

5.4 Saran

Berdasarkan dari rangkuman keterbatasan penelitian yang dijelaskan sebelumnya, maka terdapat beberapa saran dari peneliti untuk penelitian selanjutnya agar penelitian tersebut lebih sempurna yaitu sebagai berikut.

1. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat meneliti variabel lain yang dapat mempengaruhi *purchase decision* pada yoghurt Cimory *Squeeze* varian *plain* seperti *information richness*, *packaging*, ataupun *food safety*.
2. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperluas ruang lingkup penelitian agar hasil penelitian dapat mewakili populasi yang lebih luas sehingga penelitian dapat mempermudah pihak perusahaan dalam melakukan evaluasi.
3. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat mencakup responden secara merata di titik lokasi yang beragam serta lebih berupaya mencari responden yang sekiranya bersedia dalam mengisi kuesioner dan tidak menghalangi kegiatannya, sehingga kedepannya terlihat hasil pengaruh yang berbeda dan lebih baik yang ditimbulkan jika dibandingkan dari hasil penelitian ini.