

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari analisis yang telah dilakukan mengenai pengaruh kemasan (X) yang terhadap minat beli (Y) kemasan makanan, minuman, dan kudapan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan kepada 100 responden PT. Reska Multi Usaha Uji coba Penawaran kemasan makanan memiliki korelasi kuat dan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen. Begitupula dengan hasil uji panelis yang dilakukan kepada 30 panelis nilai rata-rata memiliki nilai diatas tiga yang artinya panelis sangat setuju dengan aspek kemasan yang diujikan baik itu secara daya tarik visual, fungsional maupun sistem edukasi wisata/gastronomi nusantara. Adapun tanggapan responden dengan skor tertinggi terdapat dalam unsur sistem edukasi wisata gastronomi pada variabel X dan pernyataan “saya ingin membeli produk karena kualitas produk” pada variabel Y.
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan kepada 100 responden PT. Reska Multi Usaha Uji coba Penawaran kemasan minuman memiliki korelasi kuat dan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen. Begitupula dengan hasil uji panelis yang dilakukan kepada 30 panelis nilai rata-rata memiliki nilai diatas tiga yang artinya panelis sangat setuju dengan aspek kemasan yang diujikan baik itu secara daya tarik visual, fungsional maupun sistem edukasi wisata/gastronomi nusantara. Adapun tanggapan responden dengan skor tertinggi terdapat dalam unsur sistem edukasi wisata gastronomi pada variabel X dan pernyataan “saya ingin membeli produk karena kemasan produk” pada variabel Y.
3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan kepada 100 responden PT. Reska Multi Usaha Uji coba Penawaran kemasan kudapan memiliki korelasi kuat dan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen. Begitupula dengan hasil uji panelis yang dilakukan kepada 30 panelis nilai rata-rata memiliki nilai diatas tiga yang artinya panelis sangat

4. setuju dengan aspek kemasan yang diujikan baik itu secara daya tarik visual, fungsional maupun sistem edukasi wisata/gastronomi nusantara. Adapun tanggapan responden dengan skor tertinggi terdapat dalam unsur sistem edukasi wisata gastronomi pada variabel X dan pernyataan “saya ingin membeli produk karena kemasan produk” pada variabel Y.

Dari ketiga kemasan di atas pengaruh terbesar dari kemasan di peroleh kemasan kudapan dan pengaruh terkecil di peroleh kemasan minuman. Kemudian unsur yang berpengaruh besar pada ketiga kemasan adalah sistem edukasi wisata gastronomi yang menjadi *value* tambahan dalam kemasan untuk menambah informasi mengenai makanan tradisional. Hasil hipotesis ini terdapat persamaan dengan beberapa penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kemasan dapat memengaruhi minat beli konsumen.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan kesimpulan saran yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis data dapat diketahui bahwa kemasan dapat berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen. Oleh karena itu, perusahaan, ataupun UMKM harus lebih memperhatikan unsur daya tarik visual, daya tarik fungsional dan sistem edukasi wisata gastronomi dalam proses pembuatan kemasan untuk produknya. Penggunaan desain kemasan yang baik dengan memperhatikan ketiga unsur tersebut, akan mendorong terjadinya minat beli konsumen.
2. Berdasarkan hasil analisis data sistem informasi edukasi wisata memiliki nilai tertinggi. Oleh karena itu, untuk menambah wawasan konsumen dan sebagai bentuk pelestarian gastronomi nusantara penambahan informasi edukasi wisata/gastronomi nusantara pada produk tradisional dengan perancangan web site yang detail akan menambah nilai dari suatu produk.
3. Berdasarkan beberapa masukan dari panelis kemasan minuman sebaiknya tidak berbentuk kotak, karena akan memakan tempat dan biaya yang dikeluarkan akan lebih besar.