

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh desain kemasan terhadap kepuasan konsumen. Hasil pengaruh dibuktikan dengan pengujian hasil uji t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai sig lebih kecil dari 0,05. Sehingga variabel desain kemasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen, dengan besaran pengaruh signifikan desain kemasan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,844/84,4%.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh desain kemasan terhadap minat beli ulang. Hasil pengaruh dibuktikan dengan pengujian hasil uji t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai sig lebih kecil dari 0,05. Sehingga variabel desain kemasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, dengan besaran pengaruh signifikan desain kemasan terhadap minat beli ulang sebesar 0,266/26,6%.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh Kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang. Hasil pengaruh dibuktikan dengan pengujian hasil uji t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai sig lebih kecil dari 0,05. Sehingga variabel kepuasan konsumen berpengaruh positif dan

signifikan terhadap minat beli ulang, dengan besaran pengaruh signifikan kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang sebesar 0,574/57,4%.

4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh desain kemasan terhadap minat beli ulang melalui kepuasan konsumen. Dibuktikan dengan nilai R square besaran pengaruh sebesar 0,658/65,8%. Berdasarkan hasil pengujian pengaruh langsung desain kemasan terhadap minat beli ulang sebesar 0,266 adalah lebih kecil dari pada pengaruh tidak langsung sebesar 0,484. Maka dapat dimaknai kepuasan konsumen berfungsi sebagai perantara. Hal ini menunjukkan bahwa semakin adanya desain kemasan yang dapat menarik perhatian konsumen maka akan ada kepuasan konsumen yang didapat, dan akan timbul pula minat beli ulang yang tinggi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. PT Sinar Sosro harus meningkatkan inovasi-inovasi produk seperti desain kemasannya karena melalui desain kemasan yang unik baik dari segi warna, bentuk, ukuran, rasa, informasi komposisi pada kemasan maupun bahan baku yang digunakan dapat dijadikan sebagai perangkap emosional yang sangat ampuh untuk menjaring konsumen.
2. Perusahaan juga perlu melakukan pengembangan kemasan produk agar konsumen merasa senang dan tidak memiliki keinginan untuk pindah ke merek lain.

3. Membentuk dan mempertahankan kualitas produk dari teh botol sosro yang sudah lama tertanam di benak konsumen agar konsumen tetap merasa puas sehingga meningkatkan minat beli ulang yang tinggi pada produk tersebut.

