

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **1.1 Kesimpulan**

1. Penelitian ini dilakukan di UMKM cipta rasa menunjukkan pengaruh variabel independent (kualitas, harga, dan kemasan) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Model regresi *non*-linier eksponensial digunakan karena memiliki signifikansi yang tinggi ( $p$ -value  $<0,05$ ) dan  $R^2$  yang besar (73,5%), dengan standar *error* yang kecil. Dan menunjukan bahwa faktor dependen (kualitas, harga, dan kemasan) berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel keputusan pembelian.
2. Berdasarkan analisis data dari 150 responden, mayoritas berusia 25-30 tahun, dengan sebagian besar perempuan yang bekerja sebagai ibu rumah tangga dan tinggal di Kuningan. Hasilnya menunjukkan bahwa sebagian besar responden memilih opsi "cukup" sebagai preferensi mereka, sedangkan hanya sedikit responden yang tidak setuju dengan pilihan "sedikit". Kualitas adalah variabel independent yang paling banyak dipilih oleh responden, sementara kemasan menjadi pilihan terendah. Saran perbaikan diberikan untuk mengatasi ketidakpuasan responden terhadap faktor variabel independent tersebut.

#### **1.2 Saran**

Saran perbaikan yang dapat dipertimbangkan oleh UMKM atau perusahaan. Pertama, evaluasi terhadap daya tarik desain kemasan dapat dilakukan, dengan memperhatikan elemen-elemen menarik dan mampu memikat perhatian konsumen. Kedua, perusahaan perlu memperhatikan kualitas dan ketahanan bahan kemasan untuk memastikan produk tetap terlindungi dengan baik. Ketiga, menyediakan informasi yang lebih lengkap pada kemasan, seperti label lebih jelas dan informatif, dapat membantu konsumen memahami produk dengan lebih mudah. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mempertimbangan

penyelesaian berdasarkan kondisi di lapangan agar dapat menentukan model prediksi yang tepat dan berguna bagi umkm.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, Volume 4*, 1–15.
- Atmaja, D. P., & Adiwinata, M. F. (2013). Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Hospitality Dan Manajemen Jasa, 1(2)*, 551–562.
- BASRI, H. (2019). Pemodelan Regresi Berganda Untuk Data Dalam Studi Kecerdasan Emosional. *DIDAKTIKA : Jurnal Kependidikan, 12(2)*, 103–116. <https://doi.org/10.30863/didaktika.v12i2.179>
- Byukusenge, E., Munene, J., & Orobia, L. (2016). Knowledge Management and Business Performance: Mediating Effect of Innovation. *Journal of Business and Management Sciences, Vol. 4 No.*, 82–92. <https://doi.org/10.12691/jbms-4-4-2>
- Candra, Y., Sari, D. P., & Ismail, W. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Sale Pisang Purwobakti Muaro Bungo. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan, 1(2)*, 122–138. <https://doi.org/10.31933/jimt.v1i2.53>
- Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kab. Kuningan. (2014). *Banyaknya & Potensi UKM di Kabupaten Kuningan Menurut Sektor Usaha Dirinci di Kabupaten Kuningan, 2014*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Kuningan. <https://kuningankab.bps.go.id/statictable/2016/01/05/53/banyaknya-potensi-ukm-di-kabupaten-kuningan-menurut-sektor-usaha-dirinci-di-kabupaten-kuningan-2014.html>
- Hal, T., Foster, B., Reyta, F., Johansyah, M. D., Nadeak, B., Sormin, E., Informatika, U., Padjajaran, U., & Indonesia, U. K. (2020). *Peranan Desain Kemasan dan Branding Dalam Peningkatan Citra Merek Produk Usaha Unggulan Bandung Selatan PENDAHULUAN Sudaryatmo ( 2011 )*

*menyatakan pemahaman merek lokal belum biasanya berukuran lebih besar terdapat pada dry food , kemasan dibuat agar pers. 2, 479–486.*

- Harahap, D. A. (2015). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepurusan Pembelian Konsumen di Pajak USU (PAJUS) Medan. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 7(3), 227–242. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/KGXDM>
- Kasanti, N., Wijaya, A., & Suandry. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Safety Merek Proguard pada PT AIM Safety Indonesia. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 4(1), 43–51. <https://journal.uui.ac.id/ajie/article/download/12470/8992>
- Lestari, N. I., & Iswati, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk UKM dan Media Sosial Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Kurs; Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 6(1), 24–40. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/KURS/index>
- Limanseto, H. (n.d.). *UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia*. Biro Komunikasi, Layanan Informasi, Dan Persidangan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. <https://doi.org/HM.4.6/103/SET.M.EKON.3/05/2021>
- Maria, M., & Anshori, M. Y. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 6(1), 50–51. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v6i1.2654>
- Mona, M., Kekenusa, J., & Prang, J. (2015). Penggunaan Regresi Linear Berganda untuk Menganalisis Pendapatan Petani Kelapa. Studi Kasus: Petani Kelapa Di Desa Beo, Kecamatan Beo Kabupaten Talaud. *D’CARTESIAN*, 4(2), 196. <https://doi.org/10.35799/dc.4.2.2015.9211>
- Nawawi, M. T. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Makanan Dan Minuman Halal Di

- Jakarta. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 72.  
<https://doi.org/10.24912/jmieb.v2i1.1662>
- Padilah, T. N., & Adam, R. I. (2019). Analisis Regresi Linier Berganda Dalam Estimasi Produktivitas Tanaman Padi Di Kabupaten Karawang. *FIBONACCI: Jurnal Pendidikan Matematika Dan Matematika*, 5(2), 117.  
<https://doi.org/10.24853/fbc.5.2.117-128>
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128–137. <https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185>
- Rafikasari, E. F., & Fauzy, N. E. N. (2021). Pengaruh Harga, Kemasan, Kualitas Produk, Brand Image Dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Produk “Le Minerale.” *Dinamika Penelitian: Media Komunikasi Penelitian Sosial Keagamaan*, 20(2), 266–284.  
<https://doi.org/10.21274/dinamika.2020.20.2.266-284>
- Rompis, S. (2005). Analisis Perhitungan Biaya Bersama Dalam Menentukan Harga Pokok Produk Air Mineral Dan Minuman Segar Pada CV. Ake Abadi. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 42(4), 1.
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Saputra, R., Yuniarti, D., & Wahyuningsih, S. (2015). Analisis Regresi Eksponensial Berganda (Studi Kasus: Jumlah Kelahiran Bayi di Kalimantan Timur pada Tahun 2013 dan 2014). *Jurnal Eksponensial*, 6(2), 171–178.
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar

- Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Siburian, P. S., & Zainurossalamia, S. Z. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Kinerja : Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 13(2), 99–118. <http://journal.feb.unmul.ac.id>
- Sudjana. (2020). Desain Kemasan Produk: Desain Kemasan Produk (Analisis Perbandingan: Efektivitas Pelindungan Desain Industri atau Merek ). *Jurnal Ecodemica*, 4(1), 117–126. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica>
- Sugiama, A. G., & Pambudy, E. F. S. B. (2017). Pengaruh Kemasan, Kewajaran Harga Dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty (Studi Kasus Pada Wisatawan Nusantara Di Kartika Sari Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(1), 1. <https://doi.org/10.28932/jmm.v17i1.414>
- Supriyanto, W., & Iswandiri, R. (2017). Kecenderungan Sivitas Akademika Dalam Memilih Sumber Referensi. *Berkala Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 13(1), 79–86.
- Trisnawati, T. (2016). Kajian Inovasi Sektor Usaha Kecil Menengah (UKM) dengan Pendekatan Sistem Dinamis (Studi Kasus pada Industri Makanan di Kabupaten Sidoarjo Jawa Timur). *JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI Dan MANAJEMEN BISNIS*, 4(1), 60–67. <https://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JAEMB/article/view/86>
- Vachel, J., & Radianto, W. E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, Dan Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Jus Buah Depot Salmon Di Surabaya. *Performa*, 4(5), 700–707. <https://doi.org/10.37715/jp.v4i5.1689>

## LAMPIRAN

### 1. Kuisisioner

**Identitas Responden**

Nama : Eka WIJAYANTI  
 Umur :  20 – 25 tahun  25 – 35 tahun  35 – 45 tahun  
 Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan  
 Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga  
 Domisili : Kuningan

**Daftar Kuisisioner**

Mohon pilihlah salahsatu dari setiap pernyataan dengan memberikan tanda (✓)

Keterangan:

SS = (Sangat Setuju)  
 S = (Setuju)  
 C = (Cukup)  
 TS = (Tidak Setuju)  
 STS = (Sangat Tidak Setuju)

**Identitas Responden**

Nama : ROMI  
 Umur :  20 – 25 tahun  25 – 35 tahun  35 – 45 tahun  
 Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan  
 Pekerjaan : Honorar  
 Domisili : Kerumahan Alam Asri

**Daftar Kuisisioner**

Mohon pilihlah salahsatu dari setiap pernyataan dengan memberikan tanda (✓)

Keterangan:

SS = (Sangat Setuju)  
 S = (Setuju)  
 C = (Cukup)  
 TS = (Tidak Setuju)  
 STS = (Sangat Tidak Setuju)

## 2. Peryataan Kuisiomer

No.	PERNYATAAN KUALITAS	SS	S	C	TS	STS
1	Menurut saya kripik paria ini telah memenuhi kualitas yang diinginkan					
2	Umur penggunaan produk kripik paria dapat bertahan sesuai dengan yang ditentukan pihak produksi					
3	Menurut saya kualitas kripik paria dari penggunaan awal hingga akhir selalu memuaskan					
4	Menurut saya produk tersebut dapat dibedakan dengan produk pesaing melalui penampilan produk (bentuk fisik yang bagus)					
<b>HARGA</b>						
1	Saya merasa membayar harga yang wajar pada setiap transaksi pembelian kripik paria					
2	Saya merasa harga produk kripik paria ini lebih rendah dibandingkan dengan pesaing					
3	Saya selaku konsumen menerima harga yang ditetapkan oleh UMKM					
<b>KEMASAN</b>						
1	Menurut saya bahan yang digunakan relatif tidak mudah rusak dan sanggup menjaga isi kemasan kripik paria					
2	Menurut saya logo dan label sudah tertera pada kemasan yang berisikan informasi tentang produk kripik paria					
3	Menurut saya kejelasan warna dan daya tarik warna kemasan sudah terpenuhi dalam kemasan kripik paria					
4	Menurut saya kemasan kripik paria telah disesuaikan dengan isi dari kemasan tersebut baik ukuran panjang, lebar, maupun tipis tebalnya.					
5	Menurut saya kemasan kripik paria tidak hanya seimbang dari sisi bentuk dan fungsinya tetapi juga sanggup memberikan daya tarik					
<b>KEPUTUSAN PEMBELIAN</b>						
1	Saya merasa yakin untuk membeli produk kripik paria di UMKM Cipta Rasa					
2	Saya akan mencari informasi lebih lanjut sebelum membeli kripik paria di UMKM Cipta Rasa					
3	Saya tidak akan menyesal setelah membeli produk kripik paria di UMKM Cipta Rasa					
4	Saya akan membeli kembali produk kripik paria di UMKM Cipta Rasa					