

BAB V

PENUTUP

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan penelitian dan hasil analisis data pada total 50 responden mengenai “Pengaruh Promosi AQUA Kemasan Daur Ulang Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen Alfamart Sunter Permai Raya”, maka kesimpulan yang didapat adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji hipotesis terdapat pengaruh antara promosi produk AQUA kemasan daur ulang terhadap perilaku pembelian konsumen Alfamart Sunter Permai Raya. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik t, dimana nilai t, diketahui nilai t hitung sebesar $6,899 > t$ tabel 2,011. Dan, besaran nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,005$. Berdasarkan hasil uji hipotesis, maka hipotesis H1 diterima, yaitu “Terdapat Pengaruh Promosi Produk AQUA Kemasan Daur Ulang Terhadap Perilaku Pembelian Alfamart Sunter Permai Raya.
2. Variabel promosi produk AQUA kemasan daur ulang (X) memberikan pengaruh terhadap variabel perilaku pembelian konsumen Alfamart Sunter Permai Raya (Y) sebesar 49,8% dan sisanya 50,2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Maka berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti menarik kesimpulan adalah pembelian produk AQUA kemasan daur ulang dilakukan oleh responden karena adanya promosi produk.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



B. Saran

Berikut saran dari peneliti sehubungan dengan penelitian ini, antara lain:

1. Saran Akademis

- a. Saran peneliti untuk penelitian berikutnya dengan tema serupa, diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan mengkaji aspek lain dari produk AQUA kemasan daur ulang dan melakukan penelitian dengan penelitian kualitatif sehingga dapat mengetahui lebih rinci perihal produk AQUA kemasan daur ulang.
- b. Bagi peneliti selanjutnya, peneliti berharap agar adanya variabel berganda sehingga dapat mengetahui lebih luas variabel yang mempengaruhi perilaku pembelian.
- c. Bagi peneliti selanjutnya, peneliti berharap adanya ragam responden yang lebih tepat untuk pengambilan sampel, sehingga dapat lebih mewakili perilaku pembelian dari produk AQUA kemasan daur ulang.
- d. Bagi peneliti selanjutnya, peneliti berharap lokasi pengambilan sampel dapat dilakukan dalam wilayah dan situasi yang berbeda dari penelitian ini sehingga penelitian dengan tema serupa dapat lebih beragam.

2. Saran Praktis

Melihat masih ada orang yang belum mengenal produk inovasi AQUA ini (produk AQUA kemasan daur ulang), hal ini sangat disayangkan karena konsep baik yang diusung oleh AQUA dilakukan demi keberlangsungan lingkungan hidup agar

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

diminimalisasi dari sampah plastik. Peneliti sangat mengharapkan agar kedepannya AQUA dapat meneruskan inovasi ini dengan mengeluarkan varian ukuran lain dengan bahan kemasan yang serupa. Dan meningkatkan kualitas kemasan yang sudah baik menjadi lebih baik lagi, sehingga dengan peningkatan kualitas ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran pasar akan produk ini.

Promosi produk mengenai produk AQUA kemasan daur ulang juga dapat ditingkatkan lagi, seperti frekuensi iklan mengenai produk ini dan juga iklan pada *medium* lainnya (media cetak, media radio, televisi, media sosial, dll).

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

