

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli produk AMDK dengan *green package PET* botol dari hasil penelitian dapat diperoleh yaitu Menarik, Keterjangkauan Harga, Keseuaian Harga, Kualitas Produk, Iklan, Tempat, dan Mudah ditemui. Faktor yang mempengaruhi minat beli dari hasil penelitian terbentuk menjadi dua kelompok faktor yaitu faktor iklan dan faktor distribusi. Faktor Penjualan terdiri dari menarik, keterjangkauan harga, iklan, dan mudah ditemui. Sementara, Faktor Kualitas Produk dan Pemasaran terdiri dari keseuaian harga, kualitas produk, dan tempat. Dalam hal ini dapat diindikasikan bahwa adanya pengaruh iklan dan distribusi memiliki pengaruh terhadap minat beli seseorang terhadap produk AMDK *PET* botol. Faktor-faktor tersebut diperoleh melalui proses analisis data dengan analisis faktor dan pembahasan dari pengolahan data, maka dari variabel – variabel yang sudah ditentukan sebelumnya ternyata setelah dianalisis hanya menjadi dua kelompok faktor saja.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli seseorang terhadap Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) dengan *green package PET* botol adalah “Faktor Penjualan” (Menarik, keterjangkauan harga, iklan, dan mudah ditemui) dan “Faktor Kualitas Produk dan Pemasaran” (Keseuaian harga, kualitas produk, dan tempat) dengan adanya faktor-faktor tersebut hasil analisis faktor pada penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk pengembangan variabel utama penelitian ini yaitu faktor yang mempengaruhi minat beli.

#### 5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dibuat, dapat diusulkan saran yang dapat bermanfaat untuk dijadikan bentuk dukungan sehubungan dengan adanya implementasi *green* dilingkungan terutama faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli. Pada penelitian ini terkait dengan produk Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) *green package PET* botol, sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil analisis faktor diperoleh semua variabel penelitian yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap AMDK *green package PET* botol kecuali tekstur botol AMDK yang lembek, tekstur botol AMDK yang lunak, dan AMDK botol

memiliki mutu kemasan yang baik. Sehingga dapat disarankan agar perusahaan AMDK *green package PET* botol mampu menarik minat beli konsumen dengan memperhatikan penggunaan tekstur *PET* botol yang lunak dan lembek serta memperhatikan mutu kemasan yang baik sehingga membuat para konsumen untuk lebih sadar akan perbedaan *PET* botol dan mutu kemasan yang baik yang berguna untuk menjaga keamanan konsumsi dan lingkungan.

- b. Berdasarkan nilai *loading factor* pada *rotated component matrices* secara keseluruhan diperoleh pengaruh variabel Menarik, Keterjangkauan Harga, Keseuaian Harga, Kualitas Produk, Iklan, Tempat, dan Mudah ditemui yang memiliki kontribusi besar terhadap faktor minat beli AMDK dengan *green package PET* botol. Namun masih terdapat variabel-variabel lain yang belum terungkap diluar variabel-variabel yang sudah ditemukan maka untuk penelitian selanjutnya bisa menemukan dan mengukur variabel yang dapat menjadi kelompok faktor lainnya yang dapat mempengaruhi minat beli seseorang.

