

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka terdapat beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Packaging berpengaruh positif signifikan terhadap Motif Konsumen. Dengan nilai koefisien jalur 0,258 atau 25,8% berpengaruh signifikan sebesar 0,010 dengan t hitung sebesar 2,642. Maka dapat dikatakan packaging pada Teri Bajak Medan sudah baik sehingga dapat mempengaruhi motif konsumen dalam membelinya.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Packaging berpengaruh positif signifikan terhadap Minat. Dengan nilai koefisien jalur 0,404 atau sebesar 40,4% berpengaruh signifikan sebesar 0,000, dengan t hitung sebesar 4,576. Maka dapat dikatakan bahwa packaging Teri Bajak sudah bagus sehingga menimbulkan minat pada konsumen.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Motif Konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap Minat. Dengan nilai koefisien jalur 0,292 atau 29,2% berpengaruh signifikan sebesar 0,001, dengan t hitung sebesar 3,306. Meskipun motif konsumen tidak memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap minat, akan tetapi motif konsumen sangat dibutuhkan dalam mendorong minat konsumen dalam membeli produk Teri Bajak Medan.

4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Packaging berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Teri Bajak Medan. Dengan koefisien jalur 0,279 atau sebesar 27,9% berpengaruh signifikan sebesar 0,008, dengan hasil t hitung sebesar 2,725. Hal ini dikarenakan packaging teri bajak yang sudah baik sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian pada usaha Teri Bajak Medan.
5. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Motif Konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dengan koefisien jalur 0,238 atau 23,8% berpengaruh signifikan sebesar 0,017, dengan nilai t hitung sebesar 2,424. Hal ini menunjukkan bahwa motif konsumen juga penting dalam memutuskan pembelian konsumen. Motif konsumen menjadi suatu pertimbangan untuk memutuskan pembelian suatu produk
6. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Minat berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dengan koefisien jalur 0,443 atau sebesar 44,3% berpengaruh signifikan sebesar 0,000, dengan t hitung sebesar 4,134. Minat terhadap keputusan pembelian memiliki pengaruh yang paling dominan dari pada variabel lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi minat seseorang maka semakin tinggi pula keputusan pembelian pada suatu produk.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, maka penulis mengemukakan beberapa saran sebagai berikut:

### 1. Bagi Pihak Pengusaha

Packaging yang ada pada Teri bajak Medan sudah baik, namun untuk lebih dikenal oleh banyak konsumen pengusaha diharapkan mampu mengubah kemasan pada teri bajak secara berkala yang dimana pengusaha dapat menambah serta mengubah desain, warna, bentuk, topografi, struktural serta elemen-elemen pada kemasan, dengan demikian maka konsumen akan mampu menimbulkan motif serta menarik minat pada produk tersebut dan dengan demikian akan menimbulkan keputusan pembelian pada teri bajak Medan.

### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hendaknya lebih memperluas objek penelitian, tidak hanya packaging, motif dan minat, tetapi juga variabel-variabel lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yaitu kualitas pelayanan, suasana toko, fasilitas dan faktor-faktor lainnya.