

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode regresi linier berganda dengan software IBM SPSS Versi 24. Seluruh indikator pada penelitian ini menunjukkan hasil yang valid dan reliabel. Penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui dan dapat mengukur pengaruh variabel independen yaitu sebagai berikut : *Perceived Price*, *Perceived Packaging*, *Perceived Quality*, dan *Perceived Risk* terhadap variabel dependen yaitu *Purchase Intention*. Berdasarkan hasil analisa, peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Perceived Price*

Perceived Price tidak memiliki pengaruh positif terhadap purchase intention pada Jamu 1 Liter Kopi Kenangan. Melihat nilai dari t-hitung dari variabel *Perceived Price* adalah 0.063, dimana angka tersebut menunjukkan dibawah standar minimum nilai t-tabel yaitu 1,6545. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hal tersebut yang membuat tidak terpenuhinya syarat pengukuran.

2. *Perceived Packaging*

Perceived Packaging memiliki pengaruh positif terhadap *purchase intention* pada Jamu 1 Liter Kopi Kenangan. Melihat nilai dari t-hitung dari variabel *Perceived Packaging* adalah 2.220, dimana angka tersebut menunjukkan diatas standar minimum nilai t-tabel yaitu 1,6545. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hal tersebut memenuhi syarat dari pengukuran.

3. *Perceived Quality*

Perceived Quality memiliki pengaruh positif terhadap *purchase intention* pada Jamu 1 Liter Kopi Kenangan. Melihat nilai dari t-hitung dari variabel *Perceived Quality* adalah 2.981, dimana angka

tersebut menunjukkan diatas standar minimum nilai t-tabel yaitu 1,6545. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hal tersebut memenuhi syarat dari pengukuran.

4. *Perceived Risk*

Perceived Risk memiliki pengaruh negatif terhadap *Purchase Intention* pada Jamu 1 Liter Kopi Kenangan. Melihat nilai dari t-hitung dari variabel *Perceived Risk* adalah -3.558, dimana angka tersebut menunjukkan dibawah standar minimum nilai t-tabel yaitu 1,6545. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hal tersebut memenuhi syarat dari pengukuran.

5.2 **Saran**

Berdasarkan hasil dari penelitian ini peneliti memberikan saran bagi perusahaan yang mungkin dapat diterapkan untuk kemajuan perusahaan agar dapat bisa menjadi lebih baik lagi kedepannya, maupun kepada peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian ini agar hasil dari penelitian bisa lebih mendalam

5.2.1 **Saran bagi perusahaan**

Kemunculan produk Jamu 1 Liter Kopi Kenangan di industri minuman dapat bersaing dengan produk yang sudah ada sebelumnya. Untuk bisa dapat memenangkan persaingan tersebut maka Kopi Kenangan dapat menambahkan beberapa varian dari rasa dari Jamu 1 Liter yang sudah ada dan dapat memperbaiki kualitas produknya terutama dari sisi packaging dan kualitas. Kopi Kenangan juga harus melihat kebutuhan pasar seperti apa, dikarenakan ditengah pandemi ini masyarakat lebih memilih untuk menerapkan pola gaya hidup yang sehat agar terhindar dari situasi pandemi ini, salah satunya dengan mengkonsumsi minuman herbal yaitu Jamu.

5.2.2 Saran untuk peneliti selanjutnya

Dalam kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti ingin mengajukan saran kepada peneliti selanjutnya sebagai berikut yaitu:

1. Peneliti ini hanya terfokus pada pengaruh Perceived Price, Perceived Packaging, Perceived Quality, Perceived Risk, dan Purchase Intention. Pada penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan untuk menambahkan variabel lain seperti Perceived Value terhadap Purchase Intention, karena pada penelitian ini masih kurang studi literatur mengenai hal tersebut. .
2. Kopi Kenangan bukan lah satu-satunya yang membuat olahan jamu yang ada di Indonesia, Ada pun beberapa produk jamu dan sejenisnya yang populer seperti Orang Tua, Sido Muncul, Air Mancur, dan lain-lain sehingga apabila peneliti selanjutnya ingin meneliti pada objek dengan jenis industri yang sama, maka peneliti dapat memilih salah satu merek populer diantara lainnya yaitu Orang Tua, Sido Muncul, Air Mancur, dan lain-lain.