

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Inovasi dan Desain Kemasan terhadap Keputusan Pembelian Alame di UD. Alame Rozi Nasution Di Huta Siantar Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal, serta berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Inovasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Alame di UD. Alame Rozi Panyabungan. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil uji parsial (uji t), dimana diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,962 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 2,011 ( $2,962 > 2,011$ ), dengan nilai signifikansi sebesar  $0,005 < 0,05$ . Dengan demikian,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya, semakin baik inovasi yang dilakukan oleh UD. Alame Rozi Panyabungan, baik melalui variasi produk, peningkatan kualitas, maupun perbaikan proses produksi, maka semakin besar pula pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Desain Kemasan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Alame di UD. Alame Rozi Panyabungan. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil uji parsial (uji t), dimana diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 11,166 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 2,011 ( $11,166 > 2,011$ ), dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya, desain kemasan yang meliputi daya tarik visual, informasi produk, serta fungsi kemasan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Semakin baik desain kemasan yang diberikan, maka semakin besar pula pertimbangan konsumen dalam membeli produk Alame.
3. Desain Kemasan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Alame di UD. Alame Rozi Panyabungan. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil uji parsial (uji t), dimana diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 11,166 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 2,011 ( $11,166 > 2,011$ ), dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya, desain

kemasan yang meliputi daya tarik visual, informasi produk, serta fungsi kemasan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Semakin baik desain kemasan yang diberikan, maka semakin besar pula pertimbangan konsumen dalam membeli produk Alame.

4. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,809 atau 80,9%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Inovasi (X1) dan Desain Kemasan (X2) secara bersama-sama mampu menjelaskan variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar 80,9%, sedangkan sisanya sebesar 19,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dengan demikian, inovasi dan desain kemasan merupakan faktor yang cukup penting dalam memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk Alame di UD. Alame Rozi Panyabungan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa Inovasi dan Desain Kemasan merupakan faktor yang penting dalam meningkatkan Keputusan Pembelian Alame di UD. Alame Rozi Panyabungan. Oleh karena itu, pengembangan produk tradisional seperti Alame perlu dilakukan dengan tetap mempertahankan ciri khas dan nilai tradisionalnya, tetapi juga menyesuaikan dengan kebutuhan dan selera konsumen serta perkembangan pasar.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Inovasi dan Desain kemasan terhadap Keputusan Pembelian Dodo/Alame di UD. Alame Rozi Panyabungan, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

### **1. Meningkatkan pemasaran melalui media online**

UD. Alame Rozi Panyabungan disarankan untuk lebih aktif memasarkan produk Alame melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp. Pemasaran online dapat dilakukan dengan menampilkan foto dan video produk yang menarik, informasi mengenai harga, varian rasa, ukuran, serta cara pemesanan. Dengan memanfaatkan media online, produk Alame diharapkan dapat dikenal

oleh konsumen yang lebih luas, tidak hanya di wilayah Panyabungan tetapi juga di luar Kabupaten Mandailing Natal.

## **2. Meningkatkan promosi produk melalui konten yang menarik.**

Pihak UD. Alame Rozi Panyabungan dapat membuat konten yang memperkenalkan proses pembuatan Alame, keunikan Alame sebagai makanan khas Mandailing, serta keunggulan produk. Konten tersebut dapat dipublikasikan secara rutin melalui media sosial sehingga dapat meningkatkan perhatian dan minat konsumen terhadap produk Alame.

## **3. Mengembangkan desain kemasan yang lebih menarik dan modern**

Berdasarkan hasil penelitian, Desain Kemasan memiliki pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, UD. Alame Rozi Panyabungan disarankan untuk meningkatkan tampilan kemasan dengan desain yang lebih menarik, mencantumkan nama produk, logo, komposisi, tanggal kedaluwarsa, informasi kontak, serta identitas khas Mandailing. Kemasan yang menarik juga dapat meningkatkan nilai produk ketika dipasarkan secara online maupun dijadikan sebagai oleh-oleh.

## **4. Bagi peneliti selanjutnya**

Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi Keputusan Pembelian, seperti harga, promosi, kualitas produk, citra merek, dan pelayanan. Hal ini karena hasil penelitian menunjukkan bahwa Inovasi dan Desain Kemasan menjelaskan 80,9% Keputusan Pembelian, sedangkan 19,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat menggunakan jumlah responden yang lebih banyak serta objek dan wilayah penelitian yang lebih luas, sehingga dapat memperoleh hasil yang lebih beragam dan memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andrian, Indra, C., Jumawan, & Nursal, F. (2022). *Perilaku Konsumen* (R. Iye & E. D. Widyawaty (eds.)).
- Anwar, R. A., Ramadhan, R., Karawang, U. S., Timur, T., & Artikel, I. (2022). *Pentingnya pemasaran dalam menunjang perkembangan bisnis*. 2(3), 5–7.
- Atho'urrohman, W., & Hariasih, M. (2024). Peranan Desain Kemasan , Variasi Produk , dan Harga Dalam Keputusan Pembelian Konsumen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. *Journal Pemberdayaan Ekonomi Dan Masyarakat*, 1(2), 1–17. <https://doi.org/https://doi.org/10.47134/jpem.v1i2.255>
- Dermawan, D., & Harahap, N. (2021). Pengaruh Inovasi Rasa Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing Umkm Kuliner Di Kecamatan Medan Denai Kota Medan. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen*, 122–130.
- Dua, F. M., Neonbeni, R., Timo, R. I., Selan, F. E., Mas'ud, F., & Benu, A. (2025). Perena Makanan Tradisional Dalam Mempertahankan Identitas Budaya Di Era Globalisasi. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(04), 336–347. <https://doi.org/https://doi.org/10.23969/jp.v10i04.36819>
- Elfani, Z., & Adriaman, M. (2024). Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Makanan atau Minuman Impor Yang tidak Berlabel Bahasa Indonesia. *Sakato Law Journal*, 2(2), 96–105.
- Hair, J. F., Black, C. W., Babin, J. B., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th ed.)*. Pearson Prentice Hall.
- Harahap, G., Krahara, Y. D., Polimpung, L. J. C., Hasanah, Ramadhi, Fikriando, E., Nurdin, Siddiqa, H., Annas, M., Rachmadi, K. R., Angraini, D. T., Sangadah, H. A., Shofia, A., Junaida, E., Meliana, & Chakim, M. H. R. (2023). *Perilaku Konsumen Teori Dan Praktik*. Penerbit PT Sada Kurnia Pustaka.
- Idrus, S. Al. (2019). *Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian*.
- Indrawan, M. G., Permana, H., Purba, D., Sari, S. Y., Sari, Y. P., Yusran, R. R., Mardika, N. H., Raymond, Siregar, D. L., Sari, D. P., & Saputra, D. (2023). *Manajemen Pemasaran Modern* (H. Herman (ed.)).
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Anak Hebat Indonesia.

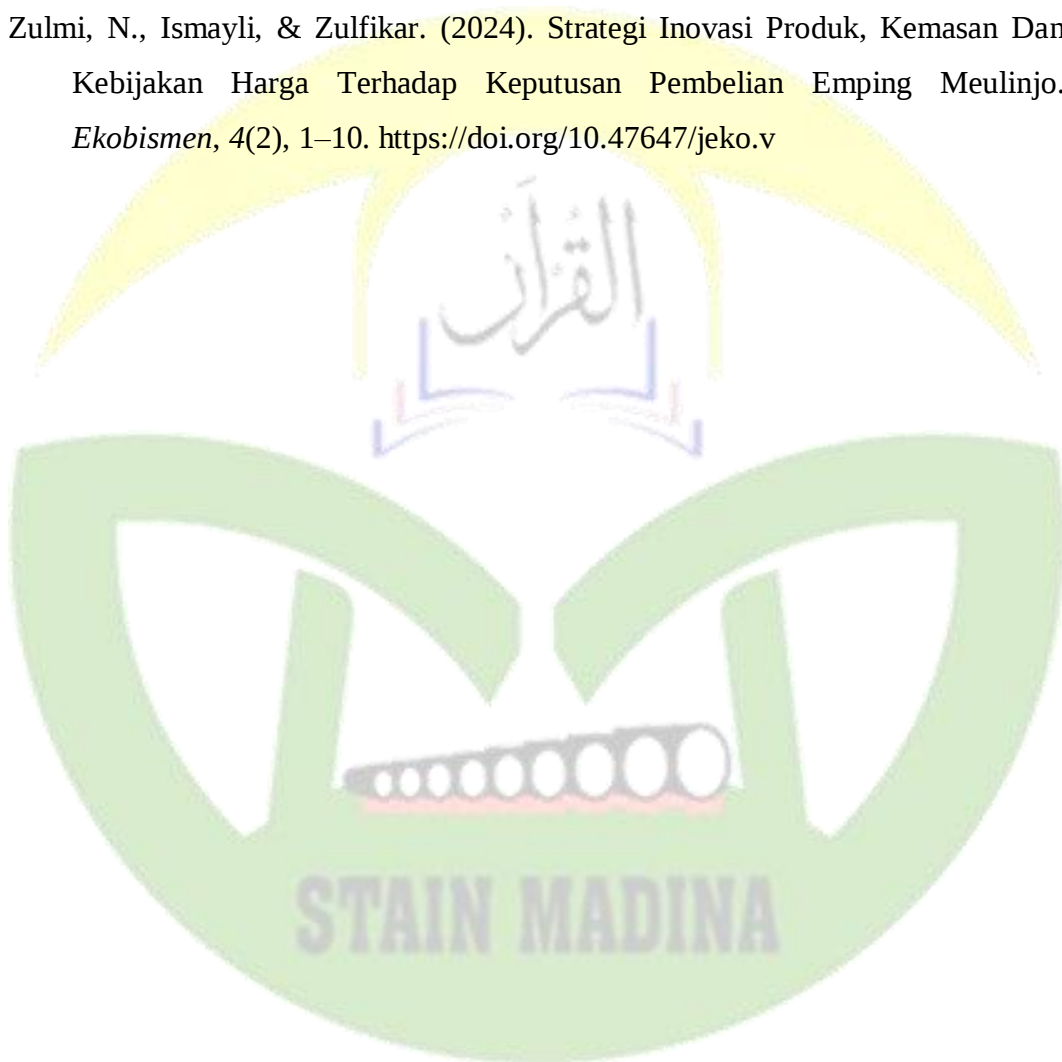
- Nabila, A., & Aisyah, S. (2023). Potensi makanan tradisional kue bika tutung sebagai daya tarik wisata di daerah mandailing natal. *JIPSI (Jurnal Ilmiah Pariwisata Imelda)*, 1(2), 16–24.
- Prasodyo, T. (2022). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Zahir Publishing.
- Putri, N., Ismunandar, & Ovriyadin. (2025). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kemasan Terhadap Minat Beli Ice Cream Aice Kota Bima. *Jurnal Yalamqa*, 19(3), 1163–1173. <https://jurnal.yalamqa.com/index.php/gara>
- Rahayu, S., & Afrilliana, N. (2021). *Buku Ajar Perilaku Konsumen* (Sadiman (ed.)). CV. Penerbit Anugrah Jaya Anggota Ikapi No. 005/sms/03 (Umpalembang).
- Satria, E. (2023). Citra Merek, Persepsi Harga , Dan Kualitas Produk ( Studi Kasus Pada Toko Bangunan Berkah Desa Lempur Danau ). *Al Dzahab: Journal of Economics, Management, Business and Accounting*, 4(2808–7631), 92–102. <https://ejournal.iainkerinci.ac.id/index.php/al-dzahab/issue/view/151>
- Setijaningrum, E. (2017). *Inovasi Kebijakan Pelayanan Publik*. Airlangga University Press.
- Sholihah, S. M., Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linear Berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman (JRAS)*, 2(2), 102–110.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Sutopo (ed.)). Alfabeta, cv.
- Tjipto, S. (2019). *Desain Grafis Kemasan UMKM*.
- Wahyudi, S. (2019). Teori Inovasi: Sebuah Tinjauan Pustaka. *Jurnal Valuta*, 5(2), 93–101.
- Wibowo, Y., Yulianto, A., Nugroho, P. B., Wisanggeni, S. A.-A. A., Nizamuddin, H. A., & Tanjung, G. P. N. (2025). Desain Kemasan Sebagai Visual Branding Produk Makanan Ringan Produksi KWT Gajah Tani Makmur Desa Gajahan, Colomadu, Karangayar. *Pengabdian Teknologi Tepat Guna*, 6(1), 101–109.
- Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2024). *Keputusan Pembelian Konsumen*. Penerbit PT Kimshafi Alung Cipta.
- Wulandari, A. T. S., & Kamil, M. (2024). Pengaruh Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT.XYZ Depok. *Jurnal*

*Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 2(4), 466.

<https://doi.org/10.59024/jumek.v2i4.461>

Zebua, A. T., Pasaribu, J. P. K., & Naibaho, R. (2024). Pengaruh Inovasi Produk dan Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kuliner. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(4), 832–837. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i4.1372>

Zulmi, N., Ismayli, & Zulfikar. (2024). Strategi Inovasi Produk, Kemasan Dan Kebijakan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Emping Meulinjo. *Ekobismen*, 4(2), 1–10. <https://doi.org/10.47647/jeko.v>



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



### A. IDENTITAS

Nama : Risna Hayati  
Tempat dan Tgl Lahir : Dalan Lidang 01 Agustus 2003  
Alamat : Dalan Lidang  
Agama : Islam  
Jenis Kelamin : Perempuan

### B. ORANG TUA

Nama Ayah : Saparuddin  
Nama Ibu : Alm. Hafsah  
Alamat : Dalan Lidang

### C. Riwayat Pendidikan

Tahun 2010-2016 : SDN 086 Dalan Lidang  
Tahun 2016-2019 : MTSN Panyabungan  
Tahun 2019-2022 : SMA 3 Panyabungan

### D. EMAIL DAN NOMOR HANDPHONE

Email : risna.hayati990@gmail.com  
No HP/WatsApp : 082184016415 / 0821 085809781560