

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan membahas kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan merupakan jawaban dari tujuan penelitian. Sedangkan saran ditujukan untuk penelitian selanjutnya yang membahas topik serupa. Untuk lebih jelasnya akan dibahas pada subbab berikut.

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi minat beli komposter secara daring, didapatkan sebuah kesimpulan. Kesimpulan yang dihasilkan adalah berdasarkan hasil pengolahan data. Terdapat 2 kesimpulan sebagai berikut

1. Terdapat 2 faktor yang memengaruhi minat beli komposter secara daring yaitu citra merek dan harga. Berdasarkan nilai *path coefficient*, kedua faktor memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli tetapi harga memiliki pengaruh yang lebih besar.
2. Terdapat 7 usulan yang diberikan untuk meningkatkan minat beli komposter di Rekosistem. Usulan untuk variabel harga adalah dengan mengganti buku panduan dengan QR *code*, mencari *supplier* ember yang lebih murah, dan membuat konten di Instagram mengenai bahan yang dipakai serta ketahanan produk (ember dapat digunakan lebih dari satu kali). Sedangkan untuk variabel citra merek adalah mengikuti aktivitas seperti *workshop* atau *bazaar*, membuat konten di Instagram manfaat komposter, membuat *highlight* Instagram mengenai pengalaman pengguna komposter Rekosistem, membuat konten di Instagram mengenai kelebihan komposter Rekosistem.

V.2 Saran

Setelah dilakukan penelitian, terdapat beberapa saran. Saran ditujukan bagi penelitian selanjutnya yang membahas topik serupa. Berikut merupakan saran tersebut.

1. Untuk penelitian selanjutnya, dapat dilakukan pengujian faktor lainnya yang dapat memengaruhi minat beli komposter secara daring seperti kualitas produk dan *online customer rating*.
2. Untuk penelitian selanjutnya, dapat dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai dampak implementasi dari usulan perbaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- A Rizaldi, Z. M. (2021). Impact of E-Commerce in Industry. *International Journal of Research and Applied Technology (Injuratech)*, 1(2), 283-288. <https://doi.org/10.34010/injuratech.v1i2.5914>.
- Bakti, U., Hairudin, & Alie, M. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 105. Diunduh dari https://www.researchgate.net/publication/342354110_Pengaruh_Kualitas_Pelayanan_Produk_dan_Harga_Terhadap_Minat_Beli_Pada_Toko_Online_Lazada_di_Bandar_Lampung.
- Ekarina. (2020, November 10). *Media Sosial Jadi Referensi Konsumen Membeli Produk Selama Pandemi*. Retrieved from Katadata: <https://katadata.co.id/ekarina/brand/5faa6013a3980/media-sosial-jadi-referensi-konsumen-membeli-produk-selama-pandemi>
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. United State of America: Sage Publications, Inc.
- Karnadi, A. (2022, Januari 20). *Transaksi E-Commerce Ditaksir Capai Rp530 Triliun pada 2022*. Retrieved from Data Indonesia: <https://dataindonesia.id/digital/detail/transaksi-ecommerce-ditaksir-capai-rp530-triliun-pada-2022>
- Komposter. (n.d.). Retrieved from Badan Penelitian dan Pengembangan Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat: <http://elearning.litbang.pu.go.id/teknologi/komposter>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Harlow: Pearson. Diunduh dari <https://jilanwijaya.wordpress.com/2016/02/22/marketingmanagement-kotler-keller/>.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2017). *E-commerce : Business. Technology. Society*. Boston: Pearson. Diunduh dari

- [https://bawar.net/data0/books/5c63140ab1587/pdf/Kenneth_C__Laudon,_Carol_Guercio_Traver_-_E-Commerce_2017_\(2017,_Pearson\).pdf](https://bawar.net/data0/books/5c63140ab1587/pdf/Kenneth_C__Laudon,_Carol_Guercio_Traver_-_E-Commerce_2017_(2017,_Pearson).pdf).
- Li, X. G., Wang, X., & Cai, Y. J. (2011). Corporate-, Product-, and User-Image Dimensions and Purchase Intentions : The Mediating Role of Cognitive and Affective Attitudes. *Journal of Computers*, (6)9, 5. Diunduh dari <http://www.jcomputers.us/vol6/jcp0609-13.pdf>.
- Meiryani. (2021, Agustus 12). *Memahami Uji Outer Model (Pengukuran Bagian Luar) dalam SMART PLS*. Retrieved from Binus University School of Accounting: <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-uji-outer-model-pengukuran-bagian-luar-dalam-smart-pls/>
- Pappa, S. (2021, Februari 20). *Panduan Membuat Kompos Dengan Metode Aerob dan Anaerob*. Retrieved from Pak Tani Digital: <https://paktanidigital.com/artikel/panduan-membuat-kompos-dengan-metode-aerob-dan-anaerob/#.ZA3DqHZBw2x>
- Redaksi. (2011, Februari 25). *Kembangkan Komposter Aerob Menuju Eco-Campus*. Retrieved from UNESA: <https://www.unesa.ac.id/kembangkan-komposter-aerob-menuju-eco-campus>
- Rusadi, F. A. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, E-WOM, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Situs E-Commerce Lazada di Kota Semarang*. Retrieved from Digital Library : Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro: Diunduh dari <https://repofeb.undip.ac.id/1619/6/16.%20S%20-%20Fulltext%20PDF%20Bookmarks%20-12010112130270.pdf>
- Sanita, S., Kusniawati, A., & Nurlestari, M. (2019). Pengaruh Product Knowledge dan Brand Image Terhadap Purchase Intention (Penelitian pada PT. Bahana Cahaya Sejati Ciamis). *Business Management And Entrepreneurship Journal*, 1(3), 176. Diunduh dari <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/bmej/article/view/2328>.
- Sari, P. D., Manggabarani, A. S., & Husniati, R. (2020). Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Secara Online Di Jakarta (Studi Pada Situs Belanja Online Zalora). *Prosiding BIEMA*, v. 1, 727-738.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business : A skill-Building Approach*. United Kindom: Wiley. Diunduh dari

https://www.academia.edu/38338906/B_Research_Methods_ForBus_A_Skill_Building_Approach_7e2016UmaSekaran_RogerBougie_Wiley.

Sianipar, R. M. (2021, Desember 13). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Fashion Melalui Aplikasi Shopee Di Kota Medan*. Retrieved from Repository Universitas HKBP Nommensen: <https://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/5769?show=full>