

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini akan dijabarkan kesimpulan dan saran yang dapat ditarik dari serangkaian kegiatan penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan menggambarkan seluruh rangkaian kegiatan penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan yang ditarik akan menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan pada tahap awal penelitian. Saran yang diberikan diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan perusahaan untuk direalisasikan serta dapat membawa perbaikan baik untuk kondisi perusahaan maupun penelitian saat ini.

#### **V.1 Kesimpulan**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun pada tahap awal serta serangkaian proses penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil evaluasi kemasan awal susu kedelai Yun Yi secara kuantitatif menunjukkan bahwa seluruh aspek kemasan baik secara *visual* maupun *handling* memperoleh nilai rata-rata di bawah angka 3 dimana angka 3 mewakili kategori cukup. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh aspek kemasan baik secara *visual* maupun *handling* masih belum mampu mencukupi kebutuhan dari responden selaku konsumen. Secara kualitatif, keseluruhan responden lebih sering mengungkapkan hal-hal negatif dari kemasan daripada hal-hal positif. Ketertarikan responden untuk membeli produk jika dinilai secara *visual* yang hanya mencapai 20% (3 orang) dari total responden, sementara secara *handling* hanya mencapai 43% (13 orang) dari total responden.
2. Dihasilkan enam buah alternatif rancangan kemasan usulan awal susu kedelai Yun Yi yang merupakan hasil kombinasi antara dua buah alternatif rancangan bentuk botol dengan tiga buah alternatif rancangan desain label kemasan.
3. Hasil evaluasi kemasan usulan awal susu kedelai Yun Yi secara kuantitatif menunjukkan bahwa seluruh aspek kemasan baik secara

*visual* maupun *handling* mampu memperoleh nilai rata-rata yang melampaui angka 3. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa rancangan kemasan usulan yang dibuat telah mampu mencukupi kebutuhan dari responden baik secara *visual* maupun *handling*. Hal ini menunjukkan bahwa hasil rancangan kemasan usulan dari susu kedelai Yun Yi mampu membawa perbaikan terhadap daya tarik dari kemasan baik secara *visual* maupun *handling*. Secara kualitatif, keseluruhan responden lebih sering mengungkapkan hal-hal positif dari kemasan daripada hal-hal negatif, meskipun jumlahnya tidak terlalu kentara. Ketertarikan responden untuk membeli produk jika dinilai secara *visual* pun mengalami peningkatan dimana alternatif 1 memperoleh 97% (29 orang) dari total responden, alternatif 2 memperoleh 53% (16 orang) dari total responden, alternatif 3 memperoleh 77% (23 orang) dari total responden, alternatif 4 memperoleh 87% (26 orang) dari total responden, alternatif 5 memperoleh 50% (15 orang) dari total responden, alternatif 6 memperoleh 90% (27 orang) dari total responden. Sementara secara *handling*, usulan bentuk kemasan alternatif 1 memperoleh 97% (29 orang) dari total responden dan alternatif 2 memperoleh 87% (26 orang) dari total responden.

4. Berdasarkan hasil evaluasi dan uji signifikansi dari kemasan usulan awal, diperoleh sebuah rancangan kemasan usulan akhir.

## **V.2 Saran**

Berkaitan dengan serangkaian kegiatan penelitian yang telah dilakukan, berikut ini diberikan beberapa saran untuk membawa perbaikan di masa yang akan datang. Saran yang diberikan terdiri dari dua bagian yaitu saran untuk penelitian di masa yang akan datang serta saran untuk pihak produsen. Saran yang diberikan untuk penelitian di masa yang akan datang agar dapat menjadi lebih baik lagi adalah melakukan perhitungan biaya kemasan secara lebih terperinci dan lebih akurat, tidak hanya sebatas perkiraan biaya kemasan. Sementara, saran yang diberikan untuk Yun Yi selaku pemilik objek susu kedelai adalah sebagai berikut:

1. Mempertimbangkan untuk menerapkan hasil rancangan kemasan yang telah dibuat melalui serangkaian proses penelitian ini.

2. Mempertimbangkan berbagai masukan yang telah diajukan sesuai dengan serangkaian proses penelitian yang telah dilakukan, terutama dari hasil evaluasi responden terhadap rancangan kemasan usulan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achiche, S., Maier, A., Milanova, K., dan Vadean, A. (2014). Visual Product Evaluation: Using the Semantic Differential to Investigate the Influence of Basic Geometry on User Perception. *ASME 2014 International Mechanical Engineering Congress and Exposition*. doi: 10.1115/IMECE2014-40443. Diakses pada 18 Februari 2018.
- Aday, M., dan Yener, U. (2014). Understanding the Buying Behaviour of Young Consumers Regarding Packaging Attributes and Labels. *International Journal of Consumer Studies*, 1-9. doi: 10.1111/ijcs.12105. Diakses pada 26 Maret 2018.
- Afiyanti, Y. (2008). *Focus Group Discussion* (Diskusi Kelompok Terfokus) Sebagai Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 12(1), 58-62. Diunduh dari <https://media.neliti.com/media/publications/110859-ID-focus-group-discussion-diskusi-kelompok.pdf>. Diakses pada 12 Mei 2018.
- Agrowindo (2015). Peluang Usaha Susu Kedelai dan Analisa Usahanya. Agrowindo. Diunduh dari <http://www.agrowindo.com/peluang-usaha-susu-kedelai-dan-analisa-usahanya.htm>. Diakses pada 10 Februari 2018.
- Ahmad, A., M., K., dan Ahmad, Q., M., K. (2015). Factors Influence on Packaging Design in an Impulse Consumer Purchasing Behavior: A Case Study of Doritos Pack. *International Journal of Marketing Studies*, 7(6), 92-101. doi: 10.5539/ijms.v7n6p92. Diakses pada 20 Januari 2018.
- Ahmed, R. R., Parmar, V., dan Amin, M. A., (2014). Impact of Product Packaging on Customer's Buying Behavior. *European Journal of Scientific Research*, 120(2), 145-157. Diakses pada 20 Februari 2018.
- Aimon, H., dan Satrianto, A. (2014). Prospek Konsumsi dan Impor Kedelai di Indonesia Tahun 2015-2020. *Jurnal Kajian Ekonomi*, 3(5). Diakses pada 10 Februari 2018.

- Alvi, M. H. (2016). A Manual for Selecting Sampling Techniques in Research. *Munich Personal RePEc Archive*, 15-35. Diunduh dari <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/70218/>. Diakses pada 29 Maret 2018.
- Ancok, D. (1987). *Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian*. Di dalam M. Singarimbun dan S. Effendi (Eds.). (1989). *Metode Penelitian Survei* (Edisi Revisi, pp 122-145). Jakarta: LP3S.
- APB Indonesia (n.d.). Diskusi Kelompok Terarah. Diunduh dari <http://www.apb-group.com/diskusi-kelompok-terarah/>. Diakses pada 30 Juni 2018.
- Babaskus, E., dan Mangold, W. G. (1992). Adapting the SERVQUAL scale to hospital service: an empirical investigation. *Health Service Research*, 26(6), 767-786. Diunduh dari <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1069855/pdf/hsresearch00075-0070.pdf>. Diakses pada 9 Juli 2018.
- Barnes, C., Childs, T., Henson, B., dan Liliford, S. (2008). Kansei engineering toolkit for the packaging industry. *The TQM Journal*, 20(4), 372-388. doi: 10.1108/17542730810881357. Diakses pada 2 Februari 2018.
- Brosnan, M., Parson, S., Good, J., dan Yuill, N. (2016). How can participatory design inform the design and development of innovative technologies for autistic communities? *Journal of Assistive Technologies*, 20(2), 115-120. doi: 10.1108/JAT-12-2015-0033. Diakses pada 2 Februari 2018.
- Bruseberg, A., dan McDonagh-Philip, D. (2001). New Product Development by Eliciting User Experience and Aspiration. *International Journal of Human-Computer Studies*, 55(4), 436-441. doi: 10.1006/ijhc.2001.0497. Diakses pada 2 Februari 2018.
- Bruseberg, A., dan McDonagh, D. (2002). Product Handling and Visual Product Evaluation to Support New Product Development. *Contemporary Ergonomics*, 338-343. Diakses pada 2 Februari 2018.
- Budiaji, W. (2013). Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert. *Jurnal Ilmu Pertanian dan Perikanan*, 2(2), 127-133. Diunduh dari <http://www.budiaji.info/publications/skalalikert.pdf>. Diakses pada 9 Juni 2018.
- Cahyorini, A., dan Rusfian, E. Z. (2011). The Effect of Packaging Design on Impulsive Buying. *Journal of Administrative Science & Organization*, 11-21. Diunduh dari

- <http://journal.ui.ac.id/index.php/jbb/article/viewFile/970/893>. Diakses pada 23 Februari 2018
- Calver, G. (2004). *What is Packaging Design?* United Kingdom: RotoVision SA. Diakses pada 28 Maret 2018.
- Cenadi, C. S. (2000). Peranan Desain Kemasan Dalam Dunia Pemasaran. *Nirmana*, 2(1), 92-103. doi: 10.9744/nirmana.2.2. Diakses pada 28 Februari 2018.
- Clark, S., Jung, S., dan Lamsal, B. (2014). *Food Processing: Principles and Applications* (2<sup>nd</sup> ed.). Diunduh dari <http://library1.org/ads/D88AD93B64D78B45BF324A99F8CB8835>. Diakses pada 29 Maret 2018.
- Coles, R., McDowell, D., dan Kirwan, M.J. (2003). *Food Packaging Technology*. Oxford: Blackwell Publishing Limited, 1-31. Diakses pada 31 Maret 2018.
- Cotton, B. (1990). *The New Guide to Graphic Design*. Oxford, United Kingdom: Phaidon.
- Danielsson, K., dan Wiberg, C. (2006). Participatory design of learning media: Designing educational computer games with and for teenagers. *Interactive Technology and Smart Education*, 3(4), 275-291. doi: 10.1108/17415650680000068. Diakses pada 2 Februari 2018.
- Desmet, P. M. A. (2003). Measuring Emotions: Development and application of an instrument to measure emotional responses to products. *Delft University of Technology: Department of Industrial Design*. Diunduh dari: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download;jsessionid=474DF00E2AC4878ECD1E74D7EA85F275?doi=10.1.1.104.1400&rep=rep1&type=pdf>. Diakses pada 2 Februari 2018.
- Duchowski, A. (2007). *Eye Tracking Methodology: Theory and Practice* (2<sup>nd</sup> ed.). Diunduh dari: [https://www.researchgate.net/profile/Vitalii\\_Pertsevyi/post/Designing\\_an\\_eye\\_tracking\\_experiment/attachment/59d636ce79197b8077994359/AS%3A390485614055431%401470110434081/download/Andrew+Duchowski+BSc%2CPhD+%28auth.%29-Eye+Tracking+Methodology\\_+Theory+and+Practice-Springer-Verlag+London+%282007%29.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Vitalii_Pertsevyi/post/Designing_an_eye_tracking_experiment/attachment/59d636ce79197b8077994359/AS%3A390485614055431%401470110434081/download/Andrew+Duchowski+BSc%2CPhD+%28auth.%29-Eye+Tracking+Methodology_+Theory+and+Practice-Springer-Verlag+London+%282007%29.pdf). Diakses pada 2 Februari 2018

- DuPuis, S., dan Silva, J. (2008). *Package Design Workbook: The Art and Science of Successful Packaging*. Massachusetts, United States of America: Rockport Publishers, Inc.
- Effendi, S. (1989). *Prinsip-prinsip Pengukuran dan Penyusunan Skala*. Di dalam M. Singarimbun dan S. Effendi (Eds.). *Metode Penelitian Survei* (Edisi Revisi, pp 95-121). Jakarta: LP3S.
- Fernqvist, F., Olsson, A., dan Spendrup, S. (2015). What's In It For Me? Food Packaging and Consumer Responses, A Focus Group Study. *British Food Journal*, 117(3), 1122-1135. doi: 10.1108/BFJ-08-2013-0224. Diakses pada 1 Februari 2018.
- Gadioli, I. L., Pineli, L. D. L. D., Rodrigues, J. D. S. Q., Campos, A. B., Gerolim, I. Q., dan Chiarello M. D. (2013). Evaluation of Packing Attributes of Orange Juice on Consumers' Intention to Purchase by Conjoint Analysis and Consumer Attitudes Expectation. *Journal of Sensory Studies*, 28, 57-65. doi: 10.1111/joss.12023. Diakses pada 26 Maret 2018.
- Hassan, S. H., Leng, L. W., dan Peng, W. P. (2012). The Influence of Food Product Packaging Attributes in Purchase Decision: a Study Among Consumers in Penang, Malaysia. *Journal of Agribusiness Marketing*, 5, 14-28. Diunduh dari <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.923.5825&rep=rep1&type=pdf>. Diakses pada 24 Maret 2018.
- Hasim, dan Martindah, E. (2012). Perbandingan Susu Sapi dengan Susu Kedelai: Tinjauan Kandungan dan Biokimia Absorpsi. *Semiloka Nasional Prospek Industri Sapi Perah Menuju Perdagangan Bebas-2020*, 272-278. Diakses pada 6 Februari 2018.
- Herdiansyah, H. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Infoagribisnis. (2017, 13 Februari). Usaha Susu Kedelai Badan Sehat Keuntungan Berlipat. Infoagribisnis.com. Diunduh dari <http://www.infoagribisnis.com/2017/02/usaha-susu-kedelai/>. Diakses pada 10 Februari 2018.
- Jacob, S. A., dan Furgerson, S. P. (2012). *Writing Interview Protocols and Conducting Interviews: Tips for Students New to the Field of Qualitative*

- Research. *The Qualitative Report*, 17 (42), 1-10. Diunduh dari <https://nsuworks.nova.edu/tqr/vol17/iss42/3/>. Diakses pada 5 April 2018.
- Jinkarn, T., dan Suwannaporn, P. (2015). Trade-off Analysis of Packaging Attributes for Foods and Drinks. *British Food Journal*, 117(1), 139-156. doi: 10.1108/BFJ-08-2013-0231. Diakses pada 25 Maret 2018.
- Kalbe. (2017, 30 April). Manfaat Minum Susu Entrasol untuk Lansia. Kalbe Store. Diunduh dari <https://www.kalbestore.com/articles/manfaat-minum-susu-entrasol-untuk-lansia/>. Diakses pada 10 Februari 2018.
- Karsak, E. E., Sozer, S., dan Alptekin, S. E. (2002). Product Planning in Quality Function Deployment Using a Combined Analytic Network Process and Goal Programming Approach. *Computers & Industrial Engineering*, 44, 171-190. doi: 10.1016/S0360-8352(02)00191-2. Diakses pada 2 Februari 2018.
- Klimchuk, M. R., dan Krasovec, S. A. (2012). *Packaging Design: Successful Product Branding from Concept to Shelf* (2<sup>nd</sup> ed.). Diunduh dari [http://library1.org/\\_ads/F3E3A8D2EC3E65D922FE6019BED6A820](http://library1.org/_ads/F3E3A8D2EC3E65D922FE6019BED6A820). Diakses pada 27 Maret 2018.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2012). *Marketing Management 14<sup>th</sup> edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kuvykaite, R., Dovaliene, A., dan Navickiene, L. (1009). Impact of Package Elements on Consumer's Purchase Decision, *Economic and Management*, 14, 441-447. Diunduh dari <http://ecomanager.ktu.lt/index.php/Ekv/article/view/9405/4730>. Diakses pada 6 Februari 2018.
- Mantra, I. B., dan Kasto. (1989). *Penentuan Sampel*. Di dalam M. Singarimbun dan S. Effendi (Eds.). *Metode Penelitian Survei* (Edisi Revisi, pp 149-173). Jakarta: LP3S.
- McDonagh, D., Bruseberg, A., dan Haslam, C. (2002). Visual Product Evaluation: Exploring Users' Emotional Relationships with Product. *Applied Ergonomics*, 33(3), 231-240. doi: 10.1016/S0003-6870(02)00008-X. Diakses pada 20 Februari 2018.
- Merina, N. (2017). Membuka Peluang Usaha Susu Kedelai Kemasan. GOukm.id. Diunduh dari <http://goukm.id/peluang-usaha-susu-kedelai-kemasan/>. Diakses pada 10 Februari 2018.



- Nasution, F. (2017, 11 April). Perbedaan Kualitas Susu Sapi dan Susu Kedelai. Columbia Asia. Diunduh dari <https://www.columbiaasia.com/indonesia/health-articles/perbedaan-kualitas-susu-sapi-dan-susu-kedelai>. Diakses pada 10 Februari 2018.
- Otto, K. N., dan Wood, K. L. (2001). *Product Design: Techniques in Reverse Engineering and New Product Development*. Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Paramita A., dan Kristiana, L. (2013). Teknik *Focus Group Discussion* Dalam Penelitian Kualitatif (*Focus Group Discussion Technique in Qualitative Research*). *Buletin Penelitian Sistem Kesehatan*, 16(2), 117-127. Diunduh dari <https://media.neliti.com/media/publications/20840-ID-teknik-focus-group-discussion-dalam-penelitian-kualitatif.pdf>. Diunduh pada 11 Juli 2018.
- Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2016 *Pendaftaran Pangan Olahan*. Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. Jakarta. Diunduh dari <http://jdih.pom.go.id/showpdf.php?u=giZCxzW6JpAGRcPnOwhBjW564tWbhWZSLziyNQ6l6ol=>. Diakses pada 22 Maret 2018.
- Pernando, A. (2015, 13 November). HASIL SURVEI: Kesadaran Hidup Masyarakat Meningkat. *Tribun LifedanStyle*. Diunduh dari <http://lifestyle.bisnis.com/read/20151113/220/491709/hasil-survei-kesadaran-hidup-sehat-masyarakat-meningkat>. Diakses pada 10 Februari 2018.
- Pickton, D., dan Broderick, A. (2001). *Integrated Marketing Communication*. Edinburgh: Pearson Education, Ltd.
- Pitaktiratham, J., Sinlan, T., Anuntavoranich, P., dan Sinthupinyo, S. (2012). Application of Kansei Engineering and Association Rules Mining in Product Design. *International Journal of Economics and Management Engineering*, 6(9), 2352-2357. Diunduh dari <https://waset.org/publications/13735/application-of-kansei-engineering-and-association-rules-mining-in-product-design>. Diakses pada 29 Januari 2018.

- Rettie, R., dan Brewer, C. (2000). The Verbal and Visual Components of Package Design. *Journal of Product & Brand Management*, 9(1), 56-70. doi: 10.1108/10610420010316339. Diakses pada 26 Maret 2018.
- Rao, V. R. (2014). *Applied Conjoint Analysis*. doi: 10.1007/978-3-540-87753-0\_4. Diakses pada 2 Februari 2018.
- Rowley, J. (2012). Conducting Research Interviews. *Management Research Review*, 34(3/4), 260-271. doi: 10.1108/01409171211210154. Diakses 5 April 2018. Diakses pada 24 Januari 2018.
- Rundh, B. (2005). The Multi-Faceted Dimension of Packaging: Marketing Logistics or Marketing Tool?. *British Food Journal*, 107(9), 670-684. doi: 10.1108/00070700510615053. Diakses pada 1 Februari 2018.
- Rundh, B. (2009). Packaging Design: Creating Competitive Advantage with Product Packaging. *British Food Journal*, 111(9), 988-1002. doi: 10.1108/00070700910992880. Diakses pada 1 Februari 2018.
- Santoso, S. (2015). *Menguasai Statistik Parametrik: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sekaran, U. (2000). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (3<sup>rd</sup> ed.). United States of America: John Wiley & Sons, Inc.
- Silayoi, P., dan Speece, M. (2004). Packaging and Purchase Decisions: An Exploratory Study on the Impact of Involvement Level and Time Pressure. *British Food Journal*, 106(8), 607-628. doi: 10.1108/00070700410553602. Diakses pada 26 Maret 2018.
- Silayoi, P., dan Speece, M. (2007). The importance of packaging attributes: a conjoint analysis approach. *European Journal of Marketing*, 41(11/12), 1495-1517. doi: 10.1108/03090560710821279. Diakses pada 29 Januari 2018.
- Singarimbun, I. (1989). *Teknik Wawancara*. Di dalam M. Singarimbun dan S. Effendi (Eds.). *Metode Penelitian Survei* (Edisi Revisi, pp 175-187). Jakarta: LP3S.
- Singarimbun, M., dan Handayani, T. (1989). *Pembuatan Kuesioner*. Di dalam M. Singarimbun dan S. Effendi (Eds.). *Metode Penelitian Survei* (Edisi Revisi, pp 175-187). Jakarta: LP3S.
- Smith, P., dan Taylor, J. (2004). *Marketing Communications: an Integrated Approach* (4<sup>th</sup> ed.). London: Kogan Page Ltd.

- Sugiyono. (2007). *Statistika Untuk Penelitian* (cetakan keduabelas). Bandung: Alfabeta.
- Tobii Technology (2008). *Eye tracking as a tool in package and shelf testing* (version 3). Diunduh dari: <https://pdfs.semanticscholar.org/80ac/9d6183724ae0f3b2c0232a592a473ca592b0.pdf>. Diakses pada 29 Januari 2018.
- Twinn, S. (1998). An analysis of the effectiveness of focus groups as a method of qualitative data collection with Chinese populations in nursing research. *Journal of Advanced Nursing*, 28(3), 654-661. doi: 10.1046/j.1365-2648.1998.00708.x. Diakses pada 12 Juni 2018.
- Ulrich, K. T., dan Eppinger, S. D., (2012). *Product Design and Development* (5<sup>th</sup> ed.). Diunduh dari <https://mtechlib.files.wordpress.com/2016/07/product-design-and-development-ulrich-karl-srg.pdf>. Diakses pada 11 Maret 2018
- Urban, G. L., dan von Hippel, E. (1988). Lead User Analyses for the Development of New Industrial Products. *Management Science*, 34(5), 569-582. doi: 10.1287/mnsc.34.5.569. Diakses pada 2 April 2018.
- Utami I., I. (2009). Hubungan antara Pengetahuan Gizi Ibu mengenai Susu dan Faktor Lainnya dengan Riwayat Konsumsi Susu selama Masa Usia Sekolah Dasar pada Siswa Kelas I SMP Negeri 102 dan SMPI PB Sudirman Jakarta Timur Tahun 2009. Depok: Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia. Diakses pada 6 Februari 2018.
- von Hippel, E. (1986). Lead Users: A Source of Novel Product Concepts. *Management Science*, 32(7), 791-805. doi: 10.1287/mnsc.32.7.791. Diakses pada 2 April 2018.
- Wilson, J., Benson, L., Bruce, M., Hogg, M., K., dan Oulton, D. (2001). Predicting the Future: an Overview the Colour Forecasting Industry. *The Design Journal*, 4(1), 15-31. doi: 10.2752 /146069201789378450. Diakses pada 10 Maret 2018.