

## **BAB VII. KESIMPULAN**

Penelitian ini dilaksanakan bersamaan dengan situasi wabah/pandemic covid 19, sehingga sedikit menghambat untuk mendapatkan data dalam wawancara untuk menggali dan mendapatkan data. Kendala teknis ini berkaitan dengan pelaksanaan penelitian di lapangan dan dengan range waktu masa pelaksanaan penelitian yang relatif pendek (waktu efektif hanya dua setengah bulan/ pertengahan bulan Juni sd September 2020). Namun demikian untuk kesimpulan dari hasil capaian penelitian, menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan skor antara responden, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh responden menunjukkan korelasi positif antara keputusan pembelian dan desain kemasan pada botol air mineral. Sementara Le Minerale menduduki peringkat pertama dengan pemilih sebanyak 13 responden diikuti oleh Crystalline dan Aqua yang sama-sama dipilih oleh 5 responden. Seluruh kemasan air mineral ini memiliki bentuk yang tidak biasanya pada botol kemasan lain, sehingga hal ini memberikan *point of interest* pada rak minuman mineral maupun etalase sehingga calon konsumen tertarik untuk melihat dan membelinya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amelia M, Munandar J, Udin F. 2000. *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan di Bogor*. J Teknol Indust Pertanian [Internet]. [diunduh 2011 Juni 18]; 13(3): 97- 107. Tersedia pada: <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/51466>
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, S. 2012. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. 2007. *Research Methods in Education* (6th ed.). London, New York: Routledge Falmer.
- Hartanto, Mardi Frans. 2009. *Paradigma Baru Manajemen Indonesia: Menciptakan Nilai dengan Bertumpu pada Kebijakan dan Potensi Insani*. Bandung: Mizan.
- Umar H. 2003. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta (ID): Ghalia Indonesia.
- Kotler P, Keller KL. 2009. *Marketing Management*. Edisi Indonesia, Bob Sabran (penerjemah). Jakarta (ID): Erlangga.
- Klimchuk, Marianne Rosner, 2007, *Packaging design: succesfull product branding from concept to shelf*. New York City: John Wiley and Sons. Inc.
- Kurniawan, Arief R. 2018. *Dasar-dasar Marketing*. Yogyakarta: QUADRANT.
- Makmur, Rakhmat. 2018. *Manajemen E-Commerce*. Bandung: INFORMATIKA.
- Moleong, Lexy J. 2006. *Metodologi penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mahmud. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia.
- Priyatno, D. 2012. *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Prasetyo, Bambang, Lina Miftahul Jannah. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sukaris G. 2009. *Analisis Perbedaan Sikap Konsumen Atas Atribut Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek X dan Y di Kabupaten Gresik*. Jurnal Logos
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabet.
- Said, Aziz. 2014. *Desain Kemasan*. FSD-Fakultas Negeri Makasar
- Santoso, S. 2012. *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT Elex Media Koputiana.
- Setia Agustini. *Studi Peningkatan Kualitas Air Minum Dalam Kemasan Merek AM Untuk Memperkuat Daya Saing* (skripsi) <https://repository.ipb.ac.id/jspui/bitstream/123456789/68844/1/H14sag.pdf>
- Wirartha, I Made. 2006. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: Andi Offset.