

**PENGARUH MOTIVASI DAN KEMASAN PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK SPIRULINA  
TIENS DI YOGYAKARTA DAN SEKITARNYA**

**SKRIPSI**



**DISUSUN OLEH :**

**ALOFA ANOIA KEVIN CELLOSE**

**11180498**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS UNIVERSITAS**

**KRISTEN DUTA WACANA YOGYAKARTA**

**TAHUN 2023**

**PENGARUH MOTIVASI DAN KEMASAN PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK SPIRULINA  
TIENS DI YOGYAKARTA DAN SEKITARNYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana  
Manajemen**



**DISUSUN OLEH :**

**ALOFA ANOIA KEVIN CELLOSE**

**11180498**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS UNIVERSITAS**

**KRISTEN DUTA WACANA YOGYAKARTA**

**TAHUN 2023**

**HALAMAN PENGAJUAN SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen**

**Universitas Kristen Duta Wacana**

**Untuk Memenuhi Syarat- Syarat**

**Guna Memperoleh Gelar**

**Sarjana Manajemen**



**Disusun Oleh :**

**Alofa Anoa Kevin Cellose**

**11180498**

**Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen**

**Universitas Kristen Duta Wacana**

**Yogyakarta 2023**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**  
**SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alofa Anoa Kevin Cellose  
NIM : 11180498  
Program studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“PENGARUH MOTIVASI DAN KEMASAN PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SPIRULINA TIENS DI  
YOGYAKARTA DAN SEKITARNYA”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta  
Pada Tanggal : 30 Juni 2023

Yang menyatakan,



(Alofa Anoa Kevin Cellose)

NIM : 11180498

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH MOTIVASI DAN KEMASAN (*PACKAGING*) PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK SPIRULINA TIENS DI  
YOGYAKARTA DAN SEKITARNYA**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh :

**ALOFA ANOIA KEVIN CELLOSE**

**11180498**

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

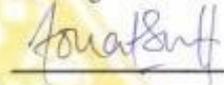
Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana  
Manajemen pada tanggal 20 Juni 2023

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Jonathan Herdioko, SE., MM

:



(Ketua Tim/Dosen Penguji)

2. Lucia Nurbani Kartika, S.Pd., MM

:



(Dosen Penguji)

3. Dra. Ety Istriani, MM

:



(Dosen Pembimbing/Dosen Penguji)

Yogyakarta, 20 Juni 2023

Disahkan oleh :

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Perminas Pangeran, S.E., M.Si



Drs. Sisnuhadi, MBA, Ph.D

## HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan sesungguhnya skripsi dengan judul :

### **PENGARUH MOTIVASI DAN KEMASAN (*PACKAGING*) PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK SPIRULINA DI YOGYAKARTA**

Skripsi yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau Instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika di kemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiat atau tiruan dari pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 29 Mei 2023



Alofa Anoa Kevin Cellose

11180498



## HALAMAN MOTO

*“Commit your work to the LORD, and then your plans will succeed”*

*(Proverbs 16:3)*

*“Soal kalah menang jangan anda bilang sekarang, kita berjuang dulu”*

*(Najwa Shihab)*

*“Jadi janganlah kamu seperti mereka, karena Bapamu mengetahui apa yang kamu perlukan, sebelum kamu minta kepada-Nya”*

*(Matius 6:8)*

*“Salah satu pengerdilan terkejam dalam hidup adalah membiarkan pikiran yang cemerlang menjadi budak bagi tubuh yang malas, yang mendahulukan istirahat sebelum lelah”*

*(Buya Hamka)*

*“Lakukanlah segala pekerjaanmu dalam kasih”*

*(1 Korintus 16:14)*

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas Berkah dan Anugerah-Nya yang begitu besar sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Motivasi Dan Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Spirulina Tiens di Yogyakarta dan Sekitarnya”. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dan wawasan. Pada proses menyelesaikan skripsi ini penulis banyak mendapat dukungan dan dorongan dari orang - orang baik sehingga terselesaikan dengan baik.

Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar besarnya kepada orang - orang yang sudah mau terlibat dalam mendukung penyusunan skripsi ini, saya juga berterimakasih kepada Ibu Dra. Ety Istriani, MM sebagai dosen pembimbing saya yang sudah banyak meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, ide, serta saran agar penyusunan skripsi ini lebih baik lagi.

Oleh karena itu penulis berharap kepada seluruh pembaca ataupun yang menggunakan skripsi ini sebagai referensi untuk penulisan skripsi lainnya, untuk dapat bisa memberikan saran dan kritik yang membangun agar kedepannya bisa diperbaiki menjadi lebih baik lagi. Akhir kata saya ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 29 Mei 2023



Alofa Anoa Kevin Cellose

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan dengan bangga dan penuh rasa ucapan syukur kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus atas Berkah, Kemurahan, dan Anugerah-Nya, yang selalu menyertai sampai kapanpun sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Kedua orang tua yang saya kasihi, Pak Yakobus Sitolin dan Bu Kisnawati yang senantiasa memberikan dorongan, doa, motivasi, pengertian, biaya, dan banyak hal lainnya. Berkat mereka skripsi ini diselesaikan dengan semangat yang memikirkan pengorbanan mereka.
3. Kepada dosen pembimbing Ibu Dra. Ety Istriani, MM., yang telah meluangkan waktu dan sabar dalam membimbing penulis sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.
4. Seluruh dosen dan staff pendukung akademik di Fakultas Bisnis Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana yang sudah memberikan bantuan kepada penulis.
5. Teman - teman semua yang sudah banyak membantu proses penyelesaian skripsi ini dari memberi ide, inspirasi, referensi, dan lainnya. Berkat teman-teman semua penulis mempunyai banyak referensi yang bisa membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada seluruh orang orang yang terlibat dalam penyelesaian skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung, tanpa kalian semua skripsi ini tidak akan terselesaikan.
7. *Cellgroup Masterpiece Of God* yang selalu senantiasa membantu dalam doa selama pengerjaan skripsi ini.
8. Bapak Nugroho Ade Pangestu yang dengan ringan tangan sudah membantu penulis dalam fasilitas laptop sehingga skripsi ini bisa dikerjakan dengan baik.

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGAJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN KEASLIAN SKIRPSI.....	iv
HALAMAN MOTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
DAFTAR TABLE.....	x
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Batasan Masalah.....	4
BAB 2.....	7
KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	7
2.1.2 Motivasi Konsumen.....	8
2.1.3 Kemasan Produk.....	11
2.1.4 Keputusan Pembelian Konsumen.....	12
2.2 Penelitian Terdahulu.....	14
2.3 Hipotesis Peneliti.....	18
2.3.1 Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	18
2.3.2 Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	19
2.3.3 Motivasi dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen\.....	19
2.4 Kerangka Penelitian.....	20
2.5 Indikator Penelitian Variable.....	20
BAB 3.....	23
METODE PENLITIAN.....	23
3.1 Populasi dan Sampel.....	23
3.1.1 Populasi.....	23

3.1.2 Sampel.....	23
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	24
3.2.1 Data Primer .....	24
3.2.2 Data Sekunder.....	25
3.3 Definisi Operasional Variable.....	25
3.3.1 Variabel Penelitian .....	25
3.3.2 Definisi Operasional Variabel.....	26
3.3.3 Pengukuran Variabel.....	31
3.4 Teknis Analisis Data.....	31
3.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda .....	31
3.4.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	32
3.5 Uji Kuesioner .....	32
3.5.1 Uji Validitas .....	32
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	33
3.5 Uji F .....	33
3.7 Uji t.....	34
BAB IV.....	36
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	36
4.1 Analisis Data.....	36
4.1.1 Uji Validitas .....	36
4.1.2 Uji Reliabilitas.....	37
4.2 Profile Responden.....	38
4.2.1 Analisis Regresi Linear Berganda .....	42
4.2.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	43
4.2.3 Hasil Uji F.....	44
4.2.4 Hasil Uji t .....	45
4.3 Pembahasan.....	47
BAB V.....	49
KESIMPULAN DAN SARAN.....	49
5.1 Kesimpulan.....	49
5.2 Saran .....	49
DAFTAR PUSTAKA.....	51
LAMPIRAN .....	55

## DAFTAR TABLE

Table 2. 1 Penelitian terdahulu.....	14
Table 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	26
Table 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel.....	37
Table 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas.....	38
Table 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Table 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	38
Table 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	39
Table 4. 6 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
Table 4. 7 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	40
Table 4. 8 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	41
Table 4. 9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	42
Table 4. 10 Koefisien Determinasi.....	43
3. Table 4. 11 Hasil Uji F.....	45
Table 4. 12 Hasil Uji t.....	46



**PENGARUH MOTIVASI DAN KEMASAN PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK SPIRULINA  
TIENS DI YOGYAKARTA DAN SEKITARNYA**

**Alofa Anoa Kevin Cellose**

**1180498**

**Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis**

**Universitas Kristen Duta Wacana**

alofa.cellose@students.ukdw.ac.id

**ABSTRAK**

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh parsial dan simultan antara variabel motivasi dan kemasan produk terhadap minat beli konsumen pada produk spirulina tiens di yogyakarta. Pada pengambilan sampel yang berjumlah sebanyak 100 responden, dilakukan dengan cara responden memberikan jawaban dari kuesioner yang diberikan menggunakan google form dan kemudian dianalisis menggunakan SPSS 25. Teknik analisisnya menggunakan uji regresi linear berganda, uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji F (Anova), dan uji t.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi dan kemasan produk berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Spirulina Tiens. Keputusan beli konsumen yang dipengaruhi oleh motivasi dan kemasan produk sebesar 66%. Untuk 34% dipengaruhi oleh variabel variabel lain.

**Kata Kunci : Motivasi, Kemasan Produk, dan Keputusan Pembelian**

***THE EFFECT OF MOTIVATION AND PRODUCT PACKAGING ON CUNSUMER  
PURCHASE DECISION OF SPIRULINA TIENS PRODUCTSIN YOGYAKARTA AND  
SURROUNDINGS***

**Alofa Anoa Kevin Cellose**

**11180498**

***Departement Management Faculty Of Business***

***Duta Wacana Christian University***

alofa.cellose@students.uk.ac.id

**ABSTRACT**

**In this study aims to determine the partial and simultaneous effect of motivational variables and product packaging on consumer buying decision in tiens spirulina product in yogyakarta. In taking a sample of 100 respondents, it was carried out by responding to the questionnaire given using Google Form and then analyzed using SPSS 25. The analysis technique used multiple linear regression tests, coefficient of determination test (R<sup>2</sup>), F test (Anova), and the T test.**

**From the results test of the research it show that motivation and product packaging partially and simultaneously influence consumer purchase decisions of Tiens Spirulina product. Consumer purchase decisions is influenced by motivation and product packaging by 66%. For 34% influenced by other variables.**

**Keyword : Motivation, Product Packaging, and Purchase Decision**

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Di Indonesia saat ini peralihan musim sering terjadi dari musim kemarau ke musim penghujan yang disebut musim pancaroba. Akibat dari peralihan musim ini adalah perubahan cuaca yang cukup ekstrem, dimana pada pagi dan siang hari bisa panas sekali, namun sore dan malam hari turun hujan secara lebat. Apabila tubuh kita tidak kuat menghadapi perubahan cuaca seperti itu maka yang terjadi akan lebih mudah terserang penyakit, seperti sakit kepala, flu, demam, dan lainnya. Daya tahan tubuh yang menurun saat musim pancaroba ini juga dapat mengakibatkan penyakit yang lebih serius, seperti gangguan pencernaan, tifus, dan demam berdarah. Ada beberapa cara untuk meningkatkan imunitas tubuh agar tidak mudah terkena penyakit di musim pancaroba ini, salah satunya dengan mengonsumsi suplemen kesehatan.

Spirulina tiens merupakan salah satu suplemen kesehatan yang mengandung beragam vitamin, mineral, dan antioksidan yang baik untuk kesehatan tubuh. Spirulina sering kali juga disebut superfood, karena memiliki nutrisi yang lengkap dan kandungan protein yang cukup tinggi. Berkat kandungan nutrisinya tersebut, spirulina dipercaya dapat memberikan beragam manfaat, diantaranya meningkatkan imunitas tubuh, menjaga kesehatan jantung, menurunkan tekanan darah tinggi, menjaga kesehatan saluran pencernaan, serta meredakan gejala alergi.

Di Indonesia sudah lebih dari puluhan kota yang mendistribusikan produk tersebut, di Yogyakarta sendiri sudah lebih dari ratusan keluarga yang mengonsumsi serta merasakan manfaat dari spirulina tiens. Dari hal itu tentunya ada alasan tersendiri bagi para keluarga yang membeli produk spirulina tiens itu, yang membuat para konsumen setia kepada produknya. Seorang konsumen tidak mungkin memiliki preferensi terhadap produk tertentu padahal ia belum tahu adanya sebuah produk, untuk itu manfaat produk juga perlu untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen dengan produk yang digunakan sehingga konsumen memutuskan untuk membeli

produk dengan motivasi untuk mendapatkan manfaat yang diberikan oleh produk. Motivasi merupakan faktor penting dalam diri konsumen untuk menentukan keputusan konsumen dalam membeli produk. Seseorang yang termotivasi menyebabkan pengambilan tindakan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pribadi kemudian akan menunjukkan suatu perilaku yang diarahkan pada suatu tujuan untuk mencapai sasaran kepuasan pribadi. Motivasi merupakan suatu hal yang dapat mendorong seseorang untuk bertindak. Motivasi tersebut muncul karena terdapat kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhannya (Anggriani, 2019). Motivasi sebagai upaya yang dapat memberikan dorongan kepada seseorang untuk mengambil suatu tindakan yang dikehendaki karena perilaku seseorang cenderung berorientasi pada tujuan dan di dorong oleh keinginan untuk mencapai tujuan tertentu (Wau, 2022). Tidak hanya motivasi, konsumen juga biasanya melihat kemasan produk yang menarik di mata, dari kemasan produk juga konsumen bisa mendapatkan beberapa informasi mengenai manfaat produk, komposisi, dan lainnya.

Kemasan merupakan wadah yang digunakan untuk mengemas produk agar terhindar dari kotoran atau debu akibat dari perubahan cuaca dan suhu udara. Adanya kemasan produk juga menjadi nilai penting dalam melakukan penjualan, karena yang pertama dilihat konsumen adalah kemasan produk. Kemasan yang menarik pasti akan membuat konsumen merasa penasaran dan menjadi pertimbangan sehingga membuat peluang terbelinya produk juga besar. Kemasan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk. Artinya semakin menarik kemasan, semakin bagus kemasan suatu produk akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen (Fasya, 2020). Terdapat beberapa indikator dari kemasan produk, seperti bahan, logo dan label, warna, ukuran, dan desain. Hal ini bisa menjadi daya tarik konsumen dalam membeli produk (Herawati H. , 2019). Adanya motivasi dari dalam diri konsumen dan kemasan produk yang menarik bisa membuat konsumen mempunyai minat untuk membeli produk tersebut sehingga tidak bingung dalam menentukan keputusan membeli produk.

Keputusan pembelian adalah sebuah perilaku konsumen dimana seseorang mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman memakai produk, mengkonsumsi produk, memilih produk, dan bahkan menginginkan produk. Menurut Kotler dan Keller, keputusan beli merupakan tanggapan pembeli pada saat pembeli ingin untuk membeli produk, biasanya didasari oleh pengalaman pada saat membeli produk tersebut, minat beli juga sebagai tanggapan pembeli yaitu pembeli memberikan reaksi yang baik terhadap kualitas dari perusahaan tersebut dan memiliki niat untuk membeli kembali produk di perusahaan tersebut (Kustiono Putra, 2020). Bagi konsumen perasaan tertarik yang muncul dari dalam dirinya itu berdasarkan dorongan produk yang diinginkan yang dilihat agar melakukan pembelian, respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan seseorang untuk membeli produk yang muncul secara eksternal. Berdasarkan beberapa uraian diatas dapat disimpulkan bahwa minat beli konsumen merupakan perasaan yang tertarik atau keinginan terhadap suatu benda yang timbul dari dalam diri atau sikap individu sehingga terdapat serangkaian tingkah laku yang positif agar melakukan kegiatan keputusan pembeli. Adapun ketertarikan yang akan diteliti mengenai variabel pengaruh motivasi dan kemasan produk terhadap minat beli konsumen. Maka dengan berbagai pertimbangan penelitian ini berjudul **“Pengaruh Motivasi dan Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Spirulina Tiens di Yogyakarta dan Sekitarnya”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari pernyataan yang telah terealisasikan yang menjadi rumusan masalah diantaranya, yaitu :

- a. Apakah motivasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk spirulina tiens di Yogyakarta dan sekitarnya ?
- b. Apakah kemasan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk spirulina tiens di Yogyakarta dan sekitarnya ?
- c. Apakah motivasi produk dan kemasan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada spirulina tiens di Yogyakarta dan sekitarnya?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu :

- a. Untuk menganalisis pengaruh motivasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Spirulina Tiens di Yogyakarta.
- b. Untuk menganalisis pengaruh *packaging* produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Spirulina Tiens di Yogyakarta.
- c. Untuk menganalisis pengaruh motivasi produk dan *packaging* produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Spirulina Tiens di Yogyakarta.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan penjelasan yang telah disampaikan, maka manfaat penelitian ini ialah :

- a. Bagi perusahaan  
Membantu untuk mempermudah perusahaan bisa mempertahankan komitmen dan konsistensi dari keunggulan produk yang dihasilkan sehingga membuat banyaknya konsumen yang minat untuk membeli produk yang ditawarkan.
- b. Bagi masyarakat  
Memberikan pembelajaran, wawasan ataupun pemahaman baru mengenai pengaruh motivasi dan kemasan produk terhadap minat beli konsumen. Dengan demikian masyarakat yang memiliki usaha bisa meningkatkan keunggulan keunggulan dari produk yang mereka punya.
- c. Bagi peneliti lain  
Mampu menjadi referensi untuk mendapatkan data, informasi, dan lainnya. Yang bisa dijadikan tolak ukur para peneliti selanjutnya hingga bisa disempurnakan kekurangannya.

### 1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah yang terdapat pada penelitian ini diantaranya :

- a. Produk yang digunakan pada penelitian ini adalah produk Spirulina Tiens.

- b. Responden pada penelitian ini adalah orang yang pernah menggunakan produk Spirulina Tiens.
- c. Tempat penelitian di Yogyakarta.
- d. Jumlah responden yang akan diteliti 100 responden.

$$n = \frac{z^2 pq}{e}$$

Dimana :

n = jumlah sampel yang diperlukan

z = nilai dalam kurva normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

e = tingkat kesalahan sampel (sampling error), 10% = 0,1

p = peluang benar 50% = 0,5

q = peluang salah 50% = 0,5

Maka perhitungan dalam menentukan jumlah nilai sampel sebagai berikut

:

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04 \text{ (pembulatan menjadi 96)}$$

Sesuai hasil diatas, bahwa didapatkan sampel sebanyak 96. Dengan begitu sampel pada penelitian ialah 96 responden. Untuk mempermudah pada penelitian peneliti mengambil sampel sebanyak 100 sampel.

- e. Waktu penelitian bulan Oktober 2022 hingga Mei 2023.
- f. Variabel yang diteliti :
  - i. Variabel Independen

X1 : Motivasi Konsumen

X2 : Kemasan Produk

ii. Variabel Dependen

Y : Keputusan Pembelian Konsumen



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengujian dan hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Motivasi berpengaruh terhadap minat beli produk Spirulina Tiens di Yogyakarta. Maka dinyatakan bahwa dari motivasi membantu meningkatkan dorongan para konsumen untuk menentukan keputusan pembelian produk.
2. Kemasan produk berpengaruh terhadap minat beli produk Spirulina Tiens di Yogyakarta. Maka dinyatakan bahwa kemasan produk yang menarik perhatian konsumen bisa meningkatkan dorongan konsumen dalam membeli produk.
3. Motivasi konsumen dan kemasan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Spirulina di Yogyakarta. Maka dinyatakan bahwa variabel motivasi konsumen dan kemasan produk mempunyai kombinasi yang baik.

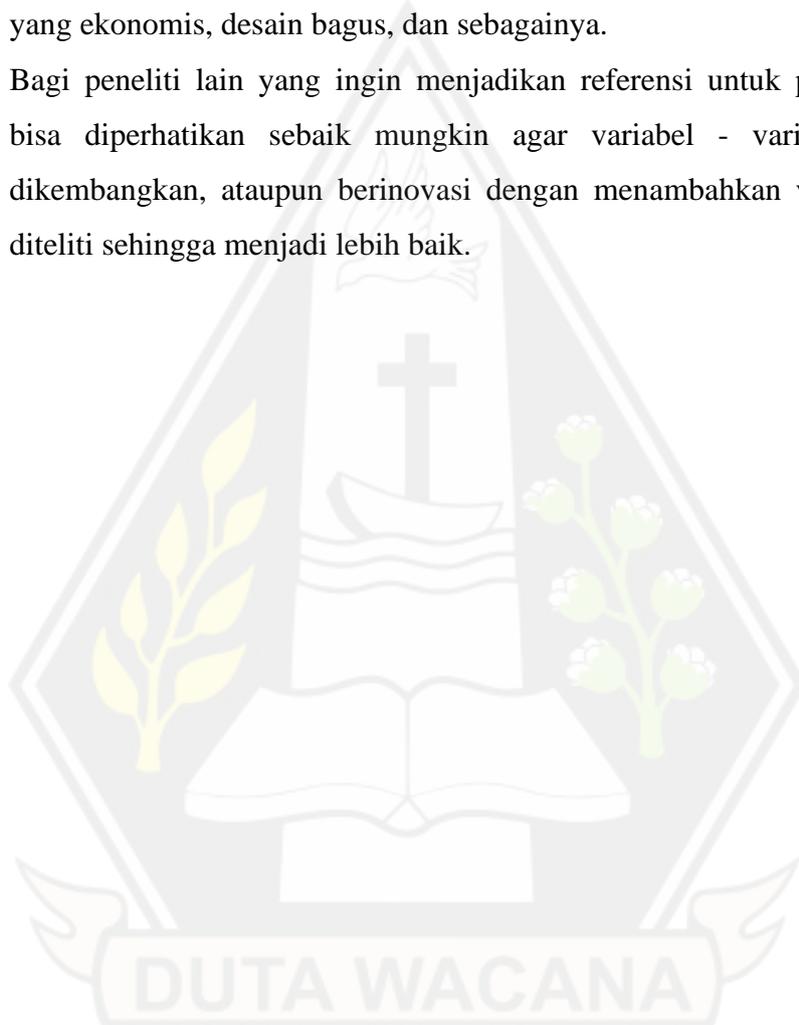
#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang membahas mengenai “Pengaruh Motivasi Konsumen dan Kemasan Produk (*packaging*) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Spirulina Tiens di Yogyakarta dan sekitarnya” maka saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi masyarakat semua yang membaca hasil penelitian ini jadikan hidup sehat sebagai motivasi untuk beraktivitas, penting bagi kita semua untuk selalu menjaga kesehatan agar bisa menjalankan aktivitas sehari-hari. Itu semua pastinya membutuhkan daya tahan tubuh yang kuat, untuk membantu meningkatkan imunitas tubuh tidak cukup jika hanya melalui makanan sehat, olahraga, dan lainnya. Tidak semua orang bisa melaksanakan program hidup sehat maka itu sebaiknya bisa menambahkan nutrisi tubuh dengan cara mengonsumsi produk suplemen kesehatan

salah satunya Spirulina Tiens. Ketika sudah merasakan manfaat yang diberikan produk tersebut jangan lupa juga untuk bercerita kepada orang lain agar sama - sama merasakan manfaatnya.

2. Kemasan produk memang hal pertama yang dilihat para konsumen untuk mendorong keputusan beli konsumen, namun perlu diperhatikan juga utamakan dahulu manfaat dari produk yang dibeli agar tetap bermanfaat bagi tubuh, sehingga tidak hanya membeli dengan alasan kemasan produk yang ekonomis, desain bagus, dan sebagainya.
3. Bagi peneliti lain yang ingin menjadikan referensi untuk penelitiannya, bisa diperhatikan sebaik mungkin agar variabel - variabelnya bisa dikembangkan, ataupun berinovasi dengan menambahkan variabel yang diteliti sehingga menjadi lebih baik.



## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad W, S.Sos., M.Kesos, R. (2022). *Metodologi Penelitian*. Batam: CV. Rey Media Grafika.
- Adhari, I. (2021). *Optimalisasi Kinerja Karyawan Menggunakan Pendekatan Knowledge Management*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Afriyanti, T. (2019). Pengaruh Inovasi Produk, Kemasan, dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ice Cream Aice di Kota Padang. *Jurnal Ecogen*.
- Anggriani, A. (2019). Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ponsel Samsung. *Journal Of Chemical Information and Modeling*, 1689 - 1699.
- Danang Wahyudi, A. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kemasan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan. 79.
- Dr. Suwitho, M.Si. (2022). *Sebuah Monogrof Dari Sudut Pandang Manajemen Pemasaran*. CV Pena Persada.
- Fasya, D. (2020). Pengaruh Kemasan Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Mie Instan Indomie. *Jurnal Ekonomi Perjuangan (JUMPER)*, 175.
- Haque-Fawzi, M. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori, dan Implementasi*. Pascal Book.
- Herawati, H. (2019). Pengaruh Promosi Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Sariayu.
- Herawati, H. (2019). Pengaruh Promosi dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Sariayu Putih Langsung. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 33.
- Hery SE.,MSi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- J. Setiadi, S.E. (2019). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen*. Prenada Media.

- Kalputri, S. (2021). Pengaruh Motivasi, Persepsi, Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Olive Fried Chicken di Glaghasari Yogyakarta. *MSEJ*, 97.
- Keren. (2019). Pengaruh Motivasi, Budaya, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 323.
- Kustiono Putra, V. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Desain, Dan Kemasan Terhadap Minat Beli Calon Konsumen Remile. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 352.
- Lampengan, P. (2019). Pengaruh Motivasi, Kepercayaan, dan Sikap Konsumen Terhadap Minat Beli Penggunaan Online Shop Zalora Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNSRAT Manado. *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi*.
- Mulyadi, SE. (2020). *Pengaruh Tenure Audit, Pergantian Auditor Dan Ukuran Kantor Akuntan Publik Terhadap Audit Report Lag*. M Mulyadi.
- Nastiti, D. (2019). *Analisis Data Penelitian*. PT Penerbit IPB Press.
- Nico Rifanto Halim dan Donant Alananto Iskandar. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Persaingan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 417.
- Nurjanah, S. (2019). Pengaruh Kemasan Produk dan Rasa Terhadap Minat Beli Konsumen Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian Pelanggan Minuman Energi. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Nurrahma, M.Pd , A. (2021). *Pengantar Statistika I*. Media Sains Indonesia.
- Ridjal Nur, A. (2019). Pengaruh Kemasan Produk Susu Bear Brand Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT. OZE POWER SWITCH di Makassar. *Movere Journal*, 119.
- Rifkhan. (2022). *Pedoman Metodologi Penelitian Data Panel Dan Kuesioner*. Indramayu: CV. Adanu Abimata.

- Riskayanto. (n.d.). Analisis Dampak Penciptaan Brand Image dan Aktifitas Word Of Mouth (WOM) Pada Penguatan Keputusan Pembelian Produk Fashion. *Jurnal Nusamba Vol. 3 No.1 April*.
- Satrio, A. (2019). Pengaruh Motivasi dan Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli Laptop Pada Mahasiswa Tangerang. *Jurnal Budiluhur*.
- Sisca. (2021). *Pemasaran : Dasar dan Konsep*. Yayasan Kita Menulis.
- Sudaryana, B. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- Suharson, A. (2021). *Produk Kreatif Dan Kewirausahaan*. Penerbit Andi.
- Suprpto, R. (2020). Pengaruh Kemasan, Label Halal, Label Izin P-IRT Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UMKM Kerupuk Ikan. *Jurnal REKOMEN (Riset Ekonomi Manajemen)*, 132.
- Trismiyanti, D. (2020). Pengaruh Kemasan dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli Makanan Kucing (Studi Kasus Merek Whiskas Pada Pemilik Kucing di Kota Solok). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*.
- Wau, A. (2022). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Efektivitas Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Dengan Kualitas Kerja Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi*, 37-47.