

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa:

1. Identifikasi dari Sambiloto sebagai basis obat herbal dari kandungan aktif dari Sambiloto yaitu *andrographolide* yang dapat berperan sebagai imunostimulan yang mampu meningkatkan kerja sistem imun saat sistem kekebalan tubuh menurun. Sambiloto dapat merangsang sistem imun tubuh baik berupa respon antigen spesifik maupun respon imun nonspesifik dan menghasilkan sel fagositosis, dikutip dari literatur (laman dan jurnal) bahwa bahan utama dari kebanyakan obat herbal maupun suplemen obat pereda demam, anti inflamasi, dan masih banyak gejala penyakit, sehingga banyak peneliti menggunakan bahan ini sebagai basis dari obat pereda demam dan anti inflamasi.
2. Persepsi dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden, persepsi pengetahuan masyarakat, manfaat produk olahan sambiloto setuju mengenai manfaat berupa imunitas, keterjangkauan harga produk olahan sambiloto, pertimbangan dalam mengonsumsi produk olahan sambiloto konsumen mempertimbangkan dalam mengonsumsi dan lama waktu dalam mengonsumsi produk setuju.
3. Hasil penelitian terhadap variabel Pengetahuan (X_1), variabel Manfaat (X_2), variabel Kebiasaan (X_3), variabel Harga (X_4), dan variabel Mudah Diperoleh (X_5) bahwa nilai regresi memiliki tingkat signifikansi 0,00 nilai ini lebih kecil dari 0,05 atau nilai signifikansi $< \alpha$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima maka

secara simultan terbukti ada pengaruh signifikan atau berpengaruh terhadap Variabel Konsumen membeli dan mengkonsumsi produk olahan sambiloto (Y).

4. Upaya dalam meningkatkan penjualan yang pertama dengan melihat dari aspek produk yaitu dengan mengenalkan produk di masyarakat luas atau dengan branding dari obat herbal sambiloto sebagai obat yang dituju pertama apabila ada gejala sakit demam, yang ke dua dari aspek harga dimana harga dengan obat herbal lain dengan khasiat sama lebih tinggi maka bisa menggunakan strategi diskonto maupun strategi *bundling* dengan produk multivitamin dan strategi pengemasan jumlah kapsul yang dijual dalam kemasan kecil sehingga harga lebih terjangkau, yang ketiga promosi yaitu penyebarluasan informasi mengenai produk obat herbal sambiloto kepada konsumen luas dengan mengedepankan unggulan dari produk yang diteliti yaitu bahan herbal, dan aspek yang terakhir yaitu tempat dengan menempatkan penjualan produk dalam visibilitas atau mudah terlihat dalam jangkauan jika dari aspek produk.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan, adapun saran-saran berkaitan dengan penelitian tentang yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan untuk mengoreksi, meneliti dan melakukan perbaikan terhadap penelitian selanjutnya.
2. Untuk penelitian yang selanjutnya, seiring berkembangnya ilmu pengetahuan, penulis berharap pada variabel penelitian bisa dikembangkan menyesuaikan perkembangan ilmu pengetahuan agar dapat menjadikan keterbaharuan penelitian.
3. Analisis Sambiloto sebagai basis obat herbal dalam penelitian yang dilakukan masih berpeluang dikembangkan dari aspek medis, dimana peneliti masih berlanjut dalam observasi khasiat produk dan menunjukkan tren positif dari zaman endemi di India pada tahun 1919. Aspek bisnis yang diteliti oleh peneliti menunjukkan banyak variabel yang disebutkan dalam penelitian yaitu variabel pengetahuan, variabel manfaat, variabel kebiasaan, variabel harga, dan variabel mudah diperoleh dimana berpengaruh signifikan dalam persepsi pembelian, yang artinya masyarakat dalam mengenali produk obat hebal sambiloto masih sedikit. Masyarakat modern saat ini lebih memilih obat dengan basis kimia. dengan menggunakan beberapa aspek yaitu produk, harga, promosi, dan tempat apabila dilaksanakan maka tren pengenalan produk obat herbal sambiloto dan khasiatnya akan dikenal masyarakat luas.