

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini akan dipaparkan kesimpulan dan saran dari penelitian ini. Kesimpulan akan menjawab rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya pada bab I. Saran akan diberikan untuk pemilik *Bakery X* dan untuk penelitian selanjutnya.

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

Pada bagian ini akan dipaparkan hasil dari penelitian ini yang menjawab rumusan masalah. Terdapat 2 kesimpulan dari penelitian ini, berikut ini merupakan kesimpulannya.

1. Berdasarkan nilai path coefficient, variabel *product characteristic*, *perceived servicescape*, *perceived price*, *brand image*, dan *location* memengaruhi niat beli konsumen terhadap roti. Urutan variabel yang memiliki pengaruh paling tinggi hingga rendah berturut-turut adalah *brand image*, *product characteristic*, *perceived price*, dan *location*.
2. Terdapat 14 usulan perbaikan yang telah diterima oleh *owner Bakery X* meliputi proses pembuatan roti, promosi, visibilitas lokasi, informasi promo, serta informasi kualitas produk untuk diimplementasikan dalam waktu dekat.

#### **V.2 Saran**

Pada bagian ini akan diberikan beberapa saran untuk pihak *Bakery X* dan untuk penelitian selanjutnya. Berikut ini merupakan saran yang diberikan.

1. *Bakery X* sebaiknya menerapkan usulan yang diberikan untuk meningkatkan niat beli konsumen dan meningkatkan pendapatannya.
2. *Bakery X* sebaiknya fokus pada peningkatan *brand image* untuk meningkatkan eksistensi usahanya dengan melakukan promosi dan pemakaian logo yang konsisten.

3. Meneliti tentang implementasi perbaikan yang diberikan untuk mengetahui apakah usulan perbaikan yang diberikan dapat meningkatkan niat beli konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Produsen Tepung Terigu Indonesia. (2016, 28 Oktober). Indonesia *Wheat Flour Consumption and Growth*. APTINDO. Diakses 3 Maret 2021. Diunduh dari <http://aptindo.or.id/2016/10/28/indonesia-wheat-flour-cunsumption-growth/>
- Feng, M.Y., Mangan, J., Xu, M.Z., Wong, C.Y., Lalwani, C. (2014). *Investigating the Different Approaches to Importance-Performance Analysis*. *The Service Industries Journal*, 34(12), 1021-1041. doi: 10.1080/02642069.2014.915949
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Second Edition*. United States of America: SAGE
- Hardiansyah, R. (2019). Pengaruh Suasana Toko, Lokasi, dan Promosi Terhadap Minat Beli di Toko Rotu Morning Bakery. *Jurnal Bening Prodi Manajemen Universitas Riau Kepulauan Batam*, 6(1), 214-223. doi: 10.33373/bening.v6i1.1798
- Hidayah, N., Rachmi, A. (2019) Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen di Ayam Goreng Nelongso Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 5(1), 2407-5523. Diunduh dari: <http://jab.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/310>
- Hoyer, W. D., Sauer, N. E. S. (2011). *The Role of Aesthetic Taste in Consumer Behavior*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 2012 (40), 167-180. Doi: 10.1007/s11747-011-0269-y
- JagatBisnis. (2021, Februari). APTINDO Pastikan Harga Tepung Terigu Stabil di Tengah Pandemi COVID-19. *JagatBisnis*. Diakses 12 April 2021. Diunduh dari <https://jagatbisnis.com/aptindo-pastikan-harga-tepung-terigu-stabil-di-tengah-pandemi-covid-19/amp/>

- Kompas. (2016, 2 Mei). Ke Jakarta, Komuter Kan Datang. *Kompas*. Diakses 2 Agustus 2021. Diunduh dari <https://megapolitan.kompas.com/read/2016/05/02/18500031/Ke.Jakarta.Komuter.Kan.Datang?page=all>
- Kontan. (2017, 30 Oktober). Bisnis Roti dan Kue Indonesia Bertumbuh 10%. *Kontan*. Diakses 1 Maret 2021. Diunduh dari <https://industri.kontan.co.id/news/bisnis-roti-dan-kue-indonesia-bertumbuh-10>
- Kontan. (2019, 13 Oktober). Pertumbuhan Konsumsi Tepung Terigu Hingga Akhir Tahun 2019 Diprediksi Melambat. *Kontan*. Diakses 1 Maret 2021. Diunduh dari <https://industri.kontan.co.id/news/pertumbuhan-konsumsi-tepung-terigu-hingga-akhir-tahun-2019-diprediksi-melambat>
- Kosasih, A., Liu, F. (2015). Analisa Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image*, dan Promosi Terhadap Minat Beli Pelanggan pada Populer Bakery. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa Universitas Kristen Petra*, 3(2), 380-394. Diunduh dari: <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/3534>
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M. R. V., Hansen, T. (2009). *Marketing Management*. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Moslehpour, M., Aulia, C. K., Masarie, C. E. L. (2015). *Bakery Product Perception and Purchase Intention of Indonesian Consumers in Taiwan*. *International Journal of Business and Information*, 10(1), 63-94. Diunduh dari: [https://www.researchgate.net/profile/Massoud-Moslehpour/publication/275953385\\_Bakery\\_Product\\_Perception\\_and\\_Purchase\\_Intention\\_of\\_Indonesian\\_Consumers\\_in\\_Taiwan/links/554ac1390cf29f836c96686f/Bakery-Product-Perception-and-Purchase-Intention-of-Indonesian-Consumers-in-Taiwan.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Massoud-Moslehpour/publication/275953385_Bakery_Product_Perception_and_Purchase_Intention_of_Indonesian_Consumers_in_Taiwan/links/554ac1390cf29f836c96686f/Bakery-Product-Perception-and-Purchase-Intention-of-Indonesian-Consumers-in-Taiwan.pdf).
- Mudjajanto, E. S., Yuliati, L. N. (2013). *Bisnis Roti*. Bogor: Penebar Swadaya Grup.
- Schiffman, L. G., Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer Behavior*. England: Pearson Education Limited

- Sekaran, U., dan Bougie, R. (2016). *Research Method for Business: A Skill-Building Approach*. United Kingdom: John Wiley & Sons.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*. Jakarta: PrenadaMedia Group.
- Sufi, S. Y. (1999). *Kreasi Roti*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wibisono, T. (2018). Pengaruh *Product Characteristic, Perceived Price* Terhadap *Repurchase Intention* Melalui *Perceived Quality* Pada Rumah Makan Olala Jalan Glagahsari Yogyakarta. *Junal Ekobis Dewantara*, 1(6).  
Diunduh dari: <http://jurnalfe.ustjogja.ac.id>
- Wong, K. K. K. (2019). *Mastering Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SMartPLS in 38 Hours*. Bloomington: iUniverse.