

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Selain itu, pada bab ini juga akan diberikan saran untuk pihak Angkringan Mas Didot serta pembaca.

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

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan berawal dari pendahuluan, tinjauan pustaka, pengumpulan dan pengolahan data, dan analisis. Berikut merupakan kesimpulan yang didapatkan dari penelitian :

1. Berdasarkan delapan variabel yang dianggap memengaruhi minat beli konsumen, dapat disimpulkan bahwa terdapat 5 variabel yang memengaruhi minat beli konsumen. Variabel tersebut antara lain adalah Kualitas Produk (KL), Kualitas Layanan (KL), Kebersihan (KB), Lokasi (LK), serta *Word of Mouth* (WOM), sedangkan variabel Harga (HR), Atmosfer (AT), dan Media Sosial (MS) tidak memengaruhi minat beli konsumen.
2. Berdasarkan hasil data kuesioner, sebanyak 34 responden yang memilih Angkringan Mas Didot sebagai rumah makan pilihan mereka, nilai dari variabel minat beli memiliki rata-rata 2,096 dari angka 5, dan mencakup 4 buah indikator yang digunakan. Hal ini berarti bahwa minat beli konsumen terhadap Angkringan Mas Didot masih sangat rendah, dimana angka skala 2 berarti bahwa konsumen tidak berminat untuk membeli di Rumah Makan Angkringan Mas Didot
3. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan IPMA, dapat diketahui bahwa ada beberapa variabel yang menurut konsumen sudah cukup baik, dan ada beberapa variabel yang menurut konsumen masih kurang dari Angkringan Mas Didot. Beberapa variabel yang cukup baik tersebut adalah lokasi dari Angkringan Mas Didot, serta *Word of Mouth* mengenai Angkringan Mas Didot. Hal ini berarti bahwa dari segi lokasi, Angkringan Mas Didot sudah memiliki lokasi yang cukup strategis dan mudah diakses oleh masyarakat, sedangkan untuk segi *word of mouth*, Angkringan Mas

Didot sudah cukup banyak dibicarakan oleh masyarakat sekitar, sehingga masyarakat sudah mengetahui akan Angkringan Mas Didot. Beberapa variabel yang menurut konsumen masih kurang adalah kualitas layanan, kualitas produk, dan kebersihan. Ketiga variabel ini dinilai masih membutuhkan peningkatan yang signifikan.

4. Terdapat 7 buah usulan perbaikan yang ditujukan untuk pihak Angkringan Mas Didot, yaitu melakukan pengawasan dan pelatihan, serta menyediakan bel yang berguna untuk memanggil pelayan. untuk variabel kualitas layanan (KL). Usulan lainnya adalah membuat dan menerapkan SOP untuk variabel kebersihan (KB) dan variabel kualitas produk (KP). Selain hal tersebut, diberikan pula usulan untuk melakukan *quality control* dan menambah variasi jenis makanan untuk variabel kualitas produk (KP)

## V.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, dibawah ini adalah saran-saran yang dapat diberikan bagi pemilik Rumah Makan Angkringan Mas Didot dan untuk penelitian selanjutnya.

1. Pemilik Rumah Makan Angkringan Mas Didot dapat mulai menerapkan usulan-usulan yang diberikan untuk Angkringan Mas Didot secara bertahap dan sesuai dengan prioritas perbaikan yang diusulkan agar minat beli konsumen terhadap Rumah Makan Angkringan Mas Didot dapat meningkat.
2. Untuk penelitian selanjutnya, dapat menggunakan referensi dari literatur yang berbeda dengan tujuan untuk mendapatkan variabel dan indikator lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.
3. Untuk penelitian selanjutnya, model penelitian yang digunakan masih dapat dikembangkan karena nilai  $R^2$  yang belum sempurna, sehingga masih terdapat variabel dan indikator lain yang masih dapat dikembangkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anjarsari. 2018. Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan, Dan lingkungan Fisik Restoran Terhadap Kepuasan Serta Niat Berperilaku. EJournal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana Accessed 11th.
- Badan Pusat Statistik. 2021. Persentase Pengeluaran per Kapita Sebulan Menurut Kelompok Komoditas di Kota Magelang (Persen), 2018-2020. Diakses dari <https://magelangkota.bps.go.id/indicator/5/127/1/persentase-pengeluaran-per-kapita-sebulan-menurut-kelompok-komoditas-di-kota-magelang.html>
- Devi, I. P., Kusuma, A. E. T., & Rihayana, G. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan terhadap Niat Beli di Warung Dekade. *Jurnal Values*, 1(2), 129–138.
- Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C.M. and Sarstedt, M. .2017. A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). 2nd Edition, Sage Publications Inc., Thousand Oaks, CA.
- Hussain, R., dan Ali, M. 2015. Effect of Store Atmosphere on Consumer Purchase Intention. *International Journal of Marketing Studies* 7(2):35-43.
- Höck, C., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2010). Management of multi-purpose stadiums: importance and performance measurement of service interfaces. *Int. J. Services Technology and Management*, 14(2/3), 188-207. doi: 10.1504/IJSTM.2010.034327
- Jung, N. Y., & Seock, Y. K. 2016. The Impact Of Corporate Reputation On Brand Attitude And Purchase Intention. *Fashion and Textiles* 3(1):20.
- Juwariyah, Siti. 2016. Analisis Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Busana Muslim (Studi pada Masyarakat Kudus Belanja di Toko Zoya sebagai Franchise Merek Zoya si Kab. Kudus). Undergraduate thesis, STAIN Kudus.
- Kementerian Pertanian. 2019. Buletin Konsumsi Vol. 10 No.1 Tahun 2019. Dilihat dari <http://epublikasi.setjen.pertanian.go.id/arsip-buletin/53-buletin-konsumsi/620-buletin-konsumsi-vol-10-no-1-2019>
- Kusniawan, Suryadi. 2021. Kuliner di Kota Seribu Bunga, Kota Magelang. Dilihat dari <https://kotakreatif.kemenparekraf.go.id/kuliner-di-kota-seribu-bunga-magelang/>

- Lontoh, PDVP., Tumbuan, WJFA., dan Wangke, SJC. 2021. The Influence of Word of Mouth and Social Media Marketing on Customer Purchase Intention at MSMEs Coffee Shops in Manado. *Jurnal EMBA* 9(3):1829-1837.
- Mahfudz. 2018. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada J&T Express Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management* 7(4):137-144.
- Martilla, J. A., & James, J. C. (1977). Importance-Performance Analysis. *Journal of Marketing*, 41(1), 77-79. doi: 10.2307/1250495
- Rahman, Abdul. 2018. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pada Rumah Makan Gunung Sari 2 Di Sipaku Area Kec. Air Batu Asahan. *Jurnal Pionir LPPM Universitas Asahan* 2(5):9-14.
- Ramadhan, Bushairy Muh. Slradj dan Ratnasari, Ina. 2021. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli pada Restoran Mcdonald's di Kabupaten Karawang. *Jurnal Cakrawala* 4(1):726-736.
- Satu Data. 2021. UMKM di Magelang. Dilihat dari <https://satudata.dinkop-umkm.jatengprov.go.id/data/umkm-kabkota/Kabupaten%20Magelang>
- Sekaran, U. and Bougie, R. 2016. *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. 7th Edition, Wiley & Sons, West Sussex.
- Sugiarto, B.U, dan Subagio, H. 2014. Analisa Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Di Dream of Khayangan Art Resto Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol 2, No. 1.
- Sulistiyawati. 2021. Pengaruh Media Sosial, Lokasi, Dan Store Atmosphere Terhadap Niat Beli Di Café. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Negeri Surabaya* 9(3).
- Temaja, GA dan Yasa, NNK. 2019. The Influence of Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention (A study on the potential customers of Kakiang Garden Cafe Ubud). *International Journal of Business Management and Economic Research(IJBMER)* 10(1):1552-1560.
- Younus, Sohail, Faiza Rasheed, dan Anas Zia. 2015. Identifying the Factors Affecting Customer Purchase Intention. *Global Journal of Management and Business Research: An Administration and Management* 15(2):9-13.