

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab sebelumnya, telah dilakukan pengolahan data, analisis data, dan pemberian usulan perbaikan terhadap faktor-faktor yang dihasilkan berpengaruh signifikan dan diprioritaskan dalam penelitian ini. Bab V ini menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan merupakan jawaban dari tujuan penelitian, sedangkan saran berguna untuk RM. Sari Bundo cabang Kiaracandong dan penelitian selanjutnya.

V.1 Kesimpulan

Kesimpulan bertujuan untuk menjawab tujuan penelitian. Berdasarkan pengolahan data, pengujian model, dan analisis yang telah dilakukan sebelumnya, dihasilkan dua buah kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengujian *path coefficient* pada model penelitian, terdapat lima buah faktor yang memengaruhi niat beli konsumen secara positif dan signifikan. Lima faktor ini terdiri dari kualitas produk, layanan yang dirasakan, harga, lingkungan tempat, dan promosi penjualan. Dua faktor lainnya, yaitu *online customer review and rating* dan lokasi didapati tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat beli konsumen.
2. Terdapat 21 usulan perbaikan yang telah didiskusikan kepada pemilik RM. Sari Bundo cabang Kiaracandong dan telah diterima untuk diimplementasikan. Usulan perbaikan tersebut terdiri dari beberapa kategori yaitu program penawaran harga atau diskon, promosi, kinerja karyawan atau pelayanan, dan penambahan fasilitas atau dekorasi.

V.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada pemilik RM. Sari Bundo cabang Kiaracandong agar dapat meningkatkan niat beli konsumen. Berikut ini merupakan saran yang diberikan untuk pihak RM. Sari Bundo cabang Kiaracandong:

1. RM. Sari Bundo cabang Kiaracandong sebaiknya menerapkan usulan perbaikan dan melakukan evaluasi secara bertahap. Dengan begitu, pemilik RM. Sari Bundo cabang Kiaracandong dapat mengetahui tingkat keberhasilan dan tingkat pengaruh setiap usulan yang diberikan.

Selanjutnya, terdapat pula saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya sebaiknya mempertimbangkan penambahan variabel lain yang diduga berpengaruh terhadap niat beli konsumen sehingga nilai R^2 yang didapatkan dapat lebih tinggi dibandingkan dengan penelitian ini. Variabel yang dapat diteliti untuk penelitian serupa selanjutnya adalah variabel citra merek (*brand image*), citra produk, dan *word of mouth*.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2020, Mei 19). Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman 2018. Diunduh dari Badan Pusat Statistik.
- Budiyono & Bernard, N.M. 2004. Studi Mengenai Pengembangan Strategi Produk. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 3(2), 181-194.
- DP, Ida Bagus Bayu., & Sulistyawati, Eka. (2019). Pengaruh Brand Equity Terhadap Niat Beli Konsumen Dimediasi Brand Preference. *E-Jurnal Manajemen*, 8(5), 2697-2721.
- Eles, Shella F., & Sihombing, Sabrina O. (2016). Determinan Niat Beli Makanan Organik: Sikap Untuk Membeli Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 6(3), 313-332.
- Hair, J., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*. SAGE Publications, Inc.
- Hanaysha, J. R. (2018). An Examination Of The Factors Affecting Consumer's Purchase Decision In The Malaysian Retail Market. *PSU Research Review*, 2(1), 7-23.
- Harli, I. I., Mutasowifin, A., & Andrianto, M. S. (2021). Pengaruh Online Consumer Review dan Rating terhadap Minat Beli Produk Kesehatan pada E-Marketplace Shopee Selama Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 558-572.
- Jamilah, N. A., Akhmad, I., & Ramadhan, R. R. (2021). Pengaruh Harga dan *Online Customer Review* dan *Rating* Terhadap Minat Beli *Online* Pada Tokopedia Saat Pandemi Covid-19. *Economics, Accounting, and Business Journal*, Vol 1, No. 1, 308-318.
- Kementerian Perindustrian. (2021, Agustus 7). Pasok Kebutuhan Pangan Selama Pandemi, Kontribusi Industri Mamin Meroket. *Kementerian Perindustrian*. Diakses 15 Januari 2021. Diunduh dari <https://kemenperin.go.id/artikel/22682/Pasok-Kebutuhan-Pangan-Selama-Pandemi,-Kontribusi-Industri-Mamin-Meroket%20%20%20>.

- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2017). *Principles of Marketing 17 Edition*. Pearson.
- Lismanizar, S. U. (2018). Pengaruh Keamanan Pangan, Kesadaran Kesehatan, Nilai yang Dirasakan dan Harga terhadap Niat Beli Makanan Cepat Saji Pada Konsumen KFC Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Vol 3, No. 2, 86-97.
- Martilla, J. A & James, J. C. (1977). Importance-Performance Analysis. *The Journal of Marketing*, 41(1), 77-79.
- Meilani dan Simanjutak. (2012). Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Makanan dan Minuman Usaha Kecil Menengah Kabupaten Tangerang. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol 14, No. 2, 164-172.
- Mulyani. (2020). Pengaruh Lingkungan Toko, Promosi Penjualan, dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen di UD. Sumber Rejeki. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol 5, No. 4, 320-329.
- Nainggolan, N. P., & Heryenzus. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Rumah Di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 19(1), 41-54.
- Open Data Jabar. (2021, Oktober 8). Jumlah Usaha Restoran, Rumah Makan, dan Cafe Berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat. Diunduh dari Open Data Jabar.
- Rahayu, E. (2018). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Imam Market Kisaran. *Journal Of Science And Social Research*, 1(1), 7-12.
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1–22.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business A Skill Building Approach Seventh Edition*. Chichester: Wiley.
- Sugiarto, B. U. & 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, 1-14.