

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab ini akan dijabarkan mengenai kesimpulan yang didapatkan dari menjawab rumusan masalah penelitian. Dijabarkan juga mengenai saran yang ditujukan untuk memperbaiki atau mengatasi masalah yang ada pada penelitian untuk bermanfaat bagi penelitian selanjutnya. Berikut merupakan kesimpulan dan saran pada penelitian ini.

V.1 Kesimpulan

Dari hasil pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah yang ada. Terdapat dua kesimpulan yang dapat diberikan pada penelitian ini. Berikut merupakan kesimpulan yang dihasilkan untuk menjawab rumusan masalah dan mencapai tujuan penelitian.

1. Faktor yang berpengaruh terhadap minat beli konsumen di kios minuman adalah cita rasa, harga, produk dan lokasi. Variabel cita rasa memiliki pengaruh terbesar terhadap minat beli minuman di kios minuman diikuti faktor harga, produk dan lokasi.
2. Berdasarkan faktor – faktor yang berpengaruh terhadap minat beli minuman di kios minuman. Diberikan tujuh usulan yang diharapkan dapat meningkatkan minat beli Kios Susu Kedelai Cab. Gatsu 32. Usulan perbaikan dapat berfokus pada pembuatan dan penerapan SOP, mencari *supplier* lain dan membuat menu *ice level*. Usulan yang diberikan telah didiskusikan dengan pemilik dan pemilik berpendapat usulan yang diberikan dapat diterima dan dapat diaplikasikan terhadap usaha Kios Susu Kedelai Cab. Gatsu 32.

V.2 Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan dapat diberikan saran yang berguna untuk pemilik usaha Kios Susu Kedelai Cab. Gatsu 32 dan penelitian yang akan datang. Berikut merupakan saran yang dapat diberikan.

1. Pemiliki usaha Kios Susu Kedelai Cab. Gatsu 32 dapat menerapkan usulan yang diberikan secara bertahap dan mengevaluasi secara berkala mengenai dampak yang diberikan dari usulan yang diterapkan.
2. Untuk penelitian yang akan datang sebaiknya dilakukan penambahan variabel brand image dan beberapa alat ukur indicator yang dapat ditambahkan. Hal tersebut bertujuan agar tingkat akurasi model yang dimiliki cukup besar dalam menggambarkan variabel dependen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, W.L., dan Immanuel, D.M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Calon Konsumen Cucu. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 4(3), 360 -371
- Assael, Henry. 2001. *Consumer Behavior and Marketing Action. Sixth Edition.* New York: Thomson Learning.
- Badan Pusat Statistik. (2021). Setelah Makanan, Pengeluaran Masyarakat Indonesia Banyak untuk Beli Rokok pada 2021. Diunduh dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/04/setelah-makanan-pengeluaran-masyarakat-indonesia-banyak-untuk-beli-rokok-pada-2021>
- Calvindo, Wendy. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Multi Konsep Restoran 1914 Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 3(1), 227-241.
- Chin, W. W. (1998). The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. *Modern Methods for Business Research*, 295, 336 New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates
- Drummond, K.E., & Brefere, L.M. (2010). *Nutrition for Foodservice and Culinary Professionals Seventh Edition.* New Jersey: John Wiley & Sons.
- Ferdinand, Augusty . 2006. *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen.* Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan H. (2015). *Partial Least Square Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0. Edisi Kedua.* Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J.F., Hult, G.T., Ringle, C.M., Starstedt, M. (2017). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Second Edition.* United States : Sage.
- Jayadiputra, I. M., & Limantoro, E. O. (2016). *Analisa Kepuasan Konsumen Remaja Terhadap Lingkungan Fisik, Kualitas Layanan, Kualitas*

-
- Makanan, dan Harga Di Food Court Dan Fast Food Restaurants di Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 4(1), 330–346.
- Knock, N. (2015). Common method bias in PLS-SEM: A full collinearity assessment approach. *International Journal of e-Collaboration*, 11(4), 1-10.
- Kontan. (2021, 21 Maret). Selama pandemi, produk UMKM ini yang paling banyak diminati. Diunduh dari <https://nasional.kontan.co.id/news/selama-pandemi-produk-umkm-ini-yang-paling-banyak-diminati>
- Keller, K.L. (2013). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity* fourth edition. Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip - prinsip Pemasaran*, Jilid 1 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2017). *Principles of Marketing 17 Edition*. Pearson.
- Kriswandi, D.A., & Maria. (2021). Persepsi Konsumen dan Keinginan Membeli Susu Murni Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Produk Susu Murni Bantal Cv. Cita Nasional). *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 9(1), 249 - 260.
- Mayliza, R. & Efitantri. (2022). Pengaruh Cita Rasa dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Lesehan Ermawati Pantai Tiram Ulakan Tapakis Kabupaten Padang Pariaman. *Academic Conference For Management*, 3(1), 966-978.
- Ninemeier, J.D., & Hayes, D.K. (2006). *Restaurant Operation Management Principles and Practice*. New Jersey : Pearson Prentice Hall.
- Pikiran Rakyat. (2019, 1 Agustus). Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman Sumbang 6,35% terhadap PDB Nasional. Diunduh dari <https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-01316389/pertumbuhan-industri-makanan-dan-minuman-sumbang-635-terhadap-pdb-nasional>
- Riduwan, M.B.A & Kuncoro E.A., S.E., M.M. (2014). *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta.
- Rilya, R.R., Mandey, S.L., & Wenas, R.S. (2021). Analysis of the Effect of Brand Image, Product Quality, and Social Media on Consumer Purchase Intention of Kokumis's Contemporary Drinks in Manado City.

International Journal on Economics, Finance and Sustainable Development, 2620-6269, 93-109. Doi: <https://dx.doi.org/10.31149/ijefsd.v3i8.2117>

- Saputra, V., Mulyati, A., & Andayani, S. (2019). Analisis Pengaruh Variasi Produk, Cita Rasa, dan Higienitas Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Ice Cream Zangrandi Surabaya). *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 1(2), 1-12. Doi: <https://doi.org/10.30996/jdab.v1i2>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Surahman, M., S.Hut, M.Si. (2019, 28 Maret). Upaya Pemasaran Produk Minuman Herbal Kelompok King Betiri. Diunduh dari <http://ksdae.menlhk.go.id/info/5757/upaya-pemasaran-produk-minuman-herbal-kelompok-king-betiri.html>.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- Wardani, R., Oktavia, F., Ali, S.A., & Suhud, U. (2022). Analisis Pengaruh *Trust, Price, Brand Image, Service Quality*, dan *Customer Satisfaction* terhadap *Purchase Intention* Pelanggan Kedai Minuman Boba. *Communications*, 4(1), 41-76. Doi: <https://doi.org/10.21009/Communications.4.1.1>
- Wulansari, A. & Haryanti, I. (2021). Pengaruh *Physical Environment* Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*. 18(2), 169-178.
- Yusuf, A.M., Sentosa, E., dan Marnis (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Cita Rasa, dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Kopi Pilu Basuki Rachmat Jakart Timur. *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(1), 11- 19.