

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan serta saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan, diberikannya saran untuk Kedai Cihampelas 130 dan untuk penelitian serupa berikutnya.

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, didapatkan beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan terdapat 4 variabel yang memengaruhi minat beli pada Kedai Cihampelas 130. Variabel tersebut yaitu variabel *brand image*, atmosfer, lokasi, dan kualitas layanan berpengaruh secara langsung terhadap minat beli, sedangkan variabel *word of mouth* berpengaruh secara tidak langsung terhadap minat beli. Terdapat 2 variabel lain yang tidak berpengaruh secara langsung dan tidak langsung yaitu variabel harga dan kualitas produk. Diberikan urutan perbaikan yang menjadi prioritas yaitu *brand image*, *word of mouth*, atmosfer, lokasi, dan kualitas layanan.
2. Diberikannya usulan perbaikan pada Kedai Cihampelas yang diharapkan dapat meningkatkan minat beli konsumen pada variabel *brand image*, *word of mouth*, atmosfer, lokasi, dan kualitas layanan. Usulan yang diberikan yaitu mengaktifkan kembali sosial media instagram, menyediakan sarana untuk melihat tanggapan, usulan, serta testimoni konsumen, membuat *sandwich board* yang berisi menu-menu *best seller*, merapihkan dekorasi ruangan kedai, membenahi bagian atap kedai, dan dilakukannya peninjauan secara teratur oleh pemilik guna meninjau pelayanan pada Kedai Cihampelas 130.

V.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diberikannya saran untuk pihak Kedai Cihampelas 130 dan peneliti selanjutnya.

1. Pemilik Kedai Cihampelas 130 untuk mengimplementasikan usulan yang diberikan serta dilakukan evaluasi secara berkala terhadap usulan yang diberikan

apakah usulan yang diberikan dapat meningkatkan minat beli pada Kedai Cihampelas 130.

2. Pada penelitian selanjutnya agar dapat melihat faktor lain yang memengaruhi minat beli dari model penelitian yang sudah dilibatkan pada penelitian kali ini seperti *advertisement*, *health consciousness*, *food safety* dan variasi produk.

3. Pada penelitian ini terdapat keterbatasan survei seperti, penelitian ini tidak mensurvei semua pujasera atau yang menjadi kompetitor dari Kedai Cihampelas 130, hanya melakukan survei pada Kedai Cihampelas 130 itu sendiri, sehingga untuk peneliti selanjutnya sebaiknya dilakukan survei kepada pujasera – pujasera lainnya yang menjadi kompetitor.

DAFTAR PUSTAKA

- Angelia, Diva. (2022). Usaha Kuliner di Indonesia dalam Bingkai Statistik. goodstats.id. Diunduh dari <https://goodstats.id/article/lebih-dari-10000-usaha-kuliner-ada-di-indonesia-bagaimana-statistiknya-OTIU5>
- Hair, J.F., William, C.B., Babin, B.J., Anderson, R.E., (2017). *Multivariate Data Analysis*. Seventh Edition. New Jearsey: Pearson.
- Hayono, S., Wardoyo, P. (2020). *Structural Equation Modeling*. Edisi Pertama. Jawa Barat: PT IPU
- Helmi, Muhammad S. (2016). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen pada CV Master Pasir Pengaraian Kabupaten Rokan Hulu. *Jurnal Mahasiswa Prodi Manajemen UPP*, vol. 1, no. 1.
- Iqbal, M., Hidayat, W., Susilawati, M.D. (2019). Pusat Jajanan Serba Ada (Pujasera) dengan Pendekatan Arsitektur Tepian Air. *Jom FTEKNIK*, 6(2), 1- 10
- Ramadhan, B.M.S., Ratnasari, I. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli pada Restoran McDonald's di Kabupaten Karawang. *Jurnal Cakrawala Management Business Journal*, 4(1), 726-736
- Saleh, M., Mariah. (2020). Analisis Pengaruh Suasana Restoran dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen pada Restoran Limbung Mas Indah Kabupaten Gowa. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 3(1), 41 – 51
- Shahnaz, N.B.F., Wahyono (2016). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Toko Online, 389-399
- Sumarsid, Paryanti, A.B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70-83
- Saputra, H., Muhazirin, B., Panjaitan, H.P. (2021). The Effect of Brand Image, Product Quality, Quality of Service, Price Perception, and Place on Consumer Buying Interest in Sido Kangen Bakso Pekanbaru. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(1), 48-61

- Sugiarto, B.U., Subagio, H. (2018). Analisa Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Di Dream Khayangan Art Resto Surabaya, 2(1), 1-14
- Wibowo, E., Setyaningsih, S.U. (2021). Pengaruh Word of Mouth terhadap Purchase Interest (Survei pada Konsumen Mie Gacoan). Jurnal Ekonomi dan Perbankan, 1(1), 97-105