

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pada bagian ini penulis akan menyimpulkan dari semua hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis mengenai pengaruh kualitas makanan dan harga terhadap niat beli ulang konsumen di Warung Sate Sidareja Pak Gino. Berikut adalah kesimpulan yang penulis telah simpulkan:

5.1.1 Kualitas Makanan Pada Warung Sate Sidareja Pak Gino Di Jalan Sunda Bandung

Berdasarkan analisa yang telah dilakukan oleh penulis sebelumnya, penilaian yang diberikan oleh responden terhadap kualitas makanan pada Warung Sate Sidareja Pak Gino secara keseluruhan adalah “buruk” dengan mendapatkan nilai rata-rata 2.20875. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas makanan pada Warung Sate Sidareja Pak Gino harus ditingkatkan, karena banyak responden merasa kecewa dengan kualitas makanan yang disajikan oleh Warung Sate Sidareja Pak Gino. Responden merasa kualitas daging terutama pada sate kambing cenderung keras dan alot, sehingga responden merasa kecewa dengan kualitas makanan yang diberikan oleh Warung Sate Sidareja Pak Gino. Bumbu pada daging sate cenderung kurang meresap karena proses pengolahan yang kurang baik, pengolahan daging yang kurang baik membuat sate menjadi keras, dan bumbu tidak meresap dengan sempurna. Responden merasa kecewa dengan penyajian makanan yang tidak sesuai ekspektasi seperti, suhu pada daging yang tidak sesuai dengan selera responden, tingkat kematangan daging yang tidak merata. Pada saat daging disajikan terdapat beberapa daging yang tidak matang secara merata, hal tersebut diakibatkan karena Warung Sate Sidareja Pak Gino kurang memperhatikan saat pengolahan dan memasak daging. Akibat dari pengolahan daging yang kurang maksimal membuat presentasi makanan saat sampai kepada konsumen tidak menggugah selera karena daging terlihat pucat dan aroma dari sate tidak keluar. Sehingga dapat disimpulkan Warung Sate Sidareja Pak Gino memiliki kualitas makanan yang kurang baik.

5.1.2 Harga pada Warung Sate Sidareja Pak Gino di Jalan Sunda Bandung

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan oleh penulis sebelumnya, penilaian yang diberikan oleh responden terhadap harga pada Warung Sate Sidareja Pak Gino secara keseluruhan adalah “buruk” dengan mendapatkan nilai rata-rata 2.176 yang memiliki arti masuk dalam kategori “buruk”. Menurut responden harga makanan di Warung Sate Sidareja Pak Gino terbilang tidak terjangkau atau mahal apabila dibandingkan dengan kualitas dan porsi yang didapat. Responden merasa bahwa kualitas yang didapat tidak sesuai dengan harga yang mereka keluarkan. Menurut responden nominal uang yang dikeluarkan pada Warung Sate Sidareja Pak Gino apabila dibandingkan tempat sate lain yang memiliki harga yang sama, maka responden akan mendapat kualitas yang lebih bagus.

5.1. Niat Beli Ulang Konsumen pada Warung Sate Sidareja Pak Gino di Jalan Sunda Bandung

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan oleh penulis sebelumnya, penilaian yang diberikan oleh responden terhadap niat beli ulang pada Warung Sate Sidareja Pak Gino secara keseluruhan adalah “buruk” dengan mendapatkan nilai rata-rata 2.128. Hal tersebut menunjukkan tingkat atau daya untuk responden melakukan niat beli ulang di Warung Sate Sidareja Pak Gino rendah. Niat beli ulang yang rendah diakibatkan dari pengalaman buruk responden saat membeli makanan pada transaksi sebelumnya, hasil yang tidak sesuai ekspektasi membuat tingkat kepercayaan responden berkurang. Hilangnya kepercayaan membuat responden tidak akan menjadikan Warung Sate Sidareja Pak Gino sebagai pilihan utama saat akan membeli sate kambing. Responden juga merasa kecewa dengan kualitas yang tidak sesuai ekspektasi, sehingga responden tidak akan berniat untuk mencoba menu varian lain karena sudah hilangnya rasa kepercayaan saat akan melakukan transaksi. Rasa dan harga yang tidak sesuai akan membuat responden tidak akan melakukan pembelian kembali dan niat beli ulang menjadi hilang.

5.1.4 Pengaruh Kualitas Makanan dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang pada Warung Sate Sidareja Pak Gino di Jalan Sunda Bandung

Berdasarkan hasil perhitungan analisis kuantitatif yang sudah penulis lakukan, dapat disimpulkan pada uji F, variabel Kualitas Makanan dan Harga memiliki pengaruh positif terhadap variabel niat beli ulang karena F-hitung (422.513) > F-tabel (3.042). Lalu secara parsial variabel Kualitas Makanan dan Harga memiliki pengaruh positif terhadap Niat Beli Ulang. Variabel Kualitas Makanan memiliki t-hitung (3.730) > t-tabel (1.653) dan untuk variabel Harga memiliki t-hitung (6.604) > t-tabel (1.653) dan mendapatkan persamaan linear berganda seperti berikut:

$$Y = 1.032 + 0.130 X_1 + 0.565 X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda diatas memiliki pengertian bahwa variabel Niat Beli Ulang (Y) bisa dijelaskan oleh variabel Kualitas Makanan (X₁) sebesar 0.130 dan variabel Harga (X₂) sebesar 0.565. Angka positif yang berada pada koefisien Kualitas Makanan dan Harga menunjukkan jika semakin baik Kualitas Makanan dan Harga maka niat beli ulang konsumen Warung Sate Sidareja Pak Gino akan semakin tinggi. Besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebesar 80.9%, sementara sisanya sebesar 19.1% merupakan kontribusi dari faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil analisa penelitian dan kesimpulan yang telah dibuat penulis, kemudian penulis merasa perlu untuk memberikan beberapa saran yang sekiranya dapat membantu keberlangsungan Warung Sate Sidareja Pak Gino. Berikut adalah saran yang penulis berikan:

1. Penulis akan memberikan saran terkait kualitas makanan pada Warung Sate Sidareja Pak Gino. Kualitas makanan yang berada pada Warung Sate Sidareja Pak Gino dapat terbilang cukup buruk. Sehingga penulis akan memberikan beberapa saran terkait kualitas makanan seperti berikut:

a. Evaluasi dan pengecekan kualitas makanan secara berkala

Dengan adanya evaluasi dan pengecekan berkala maka standar rasa akan selalu sama dan apabila terjadi perubahan rasa baik dari bumbu maupun rasa sate maka akan cepat ketahuan dan akan membalikkan lagi seperti standar awal sehingga kualitas tidak akan menurun. Evaluasi juga berguna untuk melihat kinerja karyawan apakah saat pengolahan daging sudah sesuai dengan SOP yang dibuat, sehingga standar rasa tekstur tetap terjaga dan tetap sama. Uji rasa agar rasa selalu konsisten dan tidak berubah-ubah. Evaluasi berguna agar dapat memenuhi standar dan ekspektasi konsumen

b. Menggunakan material piring hotplate yang berkualitas

Piring hotplate bertujuan agar panas dari sebuah makanan tetap terjaga di suhu optimal. Piring hotplate yang bagus akan menjaga suhu konstan dan terjadi penurunan suhu dalam jangka waktu yang lebih lama, sehingga sampai dengan sate tusuk terakhir masih terasa hangatnya dan gaji tidak membeku.

c. Membuat/ Revisi menu yang terdapat di lokasi

Menu yang terdapat pada toko offline Warung Sate Sidareja Pak Gino harus mulai direvisi karena menu hanya kertas polos berwarna putih dan tulisan menu beserta harga, tanpa ada gambar visual agar konsumen saat melihat menu dapat mengetahui bentuk visual dari makanan yang akan dipesan. Pada menu juga diberikan beberapa informasi tambahan, seperti menambahkan informasi bahwa Warung Sate Sidareja Pak Gino sudah terdapat pada aplikasi *GoFood* dan *GrabFood*, sehingga saat konsumen membaca mereka akan melihat dan mengingat bahwa Warung Sate Sidareja Pak Gino sudah terdapat di *Grabfood* dan *Gofood* untuk pemesanan makanan secara online.

2. Kedua penulis akan memberikan saran terkait harga di Warung Sate Sidareja pak Gino, harga yang terdapat di Warung Sate Sidareja Pak Gino berada pada tingkat “buruk” sehingga harga kurang sesuai dibandingkan dengan nilai atau manfaat yang didapat. Sehingga penulis akan memberikan beberapa saran terkait harga seperti berikut:

- a. **Membuat Paket Hemat**

Warung Sate Sidareja Pak Gino dapat membuat paket hemat yang berupa paket yang terdiri dari sate, nasi, dan minuman dengan harga yang lebih murah apabila dibandingkan dengan membeli satuan. Paket lain yang dapat dibuat adalah paket nasi + sate + gule (sate 5 tusuk dan gule setengah porsi) sehingga apabila terdapat konsumen yang hanya ingin membeli sate setengah porsi dan gule setengah porsi dapat langsung memilih paket tersebut dengan harga yang lebih murah dari satuan porsi.

- b. **Memberikan Diskon Potongan Harga**

Penulis menyadari bahwa harga sate pada Warung Sate Sidareja Pak Gino terbilang mahal sehingga untuk menarik niat beli ulang konsumen pada Warung Sate Sidareja Pak Gino terbilang dibutuhkan diskon pada makanan sesuai dengan syarat dan ketentuan yang berlaku. Contohnya, memberikan diskon diatas pembelian Rp 100.000 mendapatkan potongan harga sebesar 10%. Dengan demikian konsumen merasa akan lebih menguntungkan untuk melakukan transaksi sebanyak Rp 100.000 agar mendapatkan potongan harga.

DAFTAR PUSTAKA

- Adimasadewo, & Widianti, E. (2024, April). Pernah Harga Dan Kualitas Layanan Dalam Meningkatkan Minat Beli Ulang Pada Kopi Khop Seuramoe. View of peran harga Dan Kualitas Layanan Dalam meningkatkan Minat Beli Ulang Pada Kopi Khop Seuramoe. Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK).
- Aini, I. N. K., Marlien, R. A., & Riva'i, A. R. (2022). Pengaruh Citra Merek, Pengalaman Konsumen, Dan Word of Mouth Terhadap Niat beli ulang (Studi Pada Konsumen KFC di kota Semarang). *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 263-276.
- Cahyaningrum, G., & Nurtjahjadi, E. (2024). Rebranding, Inovasi Produk Dan Persepsi Harga Pada produk Mako TERHADAP Minat Beli ulang. *Jurnal Administrasi dan Manajemen. Jurnal Administrasi Dan Manajemen*.
- Cakra, N. N. P., Hidayat, I., & Lestariningsih, M. (2021, October 2). Store Atmosphere Memoderasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Moonk Cartil Dan Cafe Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 61-68.
- Chandra, F., Ellitan, L., & Agripina, Y. R. (2023, December). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Niat Beli Kembali Melalui KepuasanPelangganWizzmediSurabaya. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi* 3(1), 218-273.
- Diven. (2023, June 2). Pengaruh Kualitas Produk, Iklan, dan Persepsi Konsumen Terhadap keputusan Pembelian di Shopee. View of Pengaruh Kualitas produk, Iklan, Dan Persepsi konsumen terhadap Keputusan Pembelian di Shopee. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*. 6(2).

- Ferawati, D., & Aminah, M. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas pelanggan restoran chicken Geprek Ken Dedes. *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 18(2), 113–124.
- Google. (n.d.). Google trends. <https://trends.google.com/trends>
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Gumanti, M., & Utami, B. (2021). Analisis Korelasi Harga, Kualitas produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Konsumen Pada Klinik Skincare (Studi Pada Klinik Puspita Pringsewu). *Jurnal Promosi Program Studi Pendidikan Ekonomi*. 9(2), 63-67.
- Hutajulu, M., Tawas, H., & Rogi, M. (2022, October 4). Pengaruh Experiential Marketing Kualitas Makanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Ayam Geprek Benu Manado. *Jurnal EMBA*, 11(4), 1188-199.
- Indonesia, M. V. (2024, February 16). Kinerja Industri Makanan di Indonesia Tahun 2023. <https://www.machinevision.global/post/kinerja-industri-makanan-di-Indonesia-tahun-2023>
- Keller, K. I., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. (5th Ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Vol. 1, No. 2). Jakarta: PT. Indeks.
- Kumbara, V. B. (2021, Mei). Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5).

- Laela, E. (2021, February 1). Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Rumah Makan Ciganea Purwakarta. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 180-186
- Lestari, E. (2024, February 14). Persepsi Konsumen Mengenai Harga, Lokasi dan Kualitas Pasar Terhadap Minat beli Konsumen di Pasar Klandasa. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1).
- Mahe, A. A., Suwarsono, B., & Nadhiro, U. (2023, March 1). Pengaruh Keragaman Menu, Kualitas Pelayanan Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Bebek H. Slamet Kota Kediri. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 2(1), 240-257.
- Muhammad Ihsan Muchtar, Ridho Riadi Akbar, & Muhammad Rizki Pratama. (2024). Pengaruh Brand Trust, Promosi Media Sosial Dan Persepsi konsumen terhadap Keputusan Pembelian konsumen terhadap permen relaxa di kabupaten Bandung. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 10(1), 715–722.
- Mustika, Suwarni, Anggarini (2023, June 2). Pengaruh *customer experience* dan Variasi produk terhadap minat beli ulang produk mixue ice cream and tea di Kota Bandar Lampung. *Journal Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology (SMART)*, 2(2), 35-46.
- Nugroho, A. S., & Yulianto, A. E. (2024, January). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Rumah Makan Teras Melody. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 13(1).
- Oktaviana, V., Desri, S., Yahya, L. M., & Rahmi, D. Y. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Kesadaran Merek, Kualitas Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Niat Beli Ulang Pada Franchise Ngikan Yuk Di Kota Bukittinggi. *Jurnal Innovative*

- Rachmawati, A. N. (2023, January 6). Pengaruh kualitas Makanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen warunk Bang Jober). Repository Stie Pgri Dewantara Jombang
- Raga, H. E., Putu, A. A., & Nita, N. P. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Produk Kuliner Tegal Dadong. *Jurnal Unmas*, 2(2)
- Rahayu, E. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan konsumen T-mart express Indonesia. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 1–10.
- Ramdhani, D., & Widyasari, S. (2022, January 3). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merk Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Ulang Beli Smartphone Oppo. *Jurnal Ilmiah Keuangan dan Akuntansi*, 4(3).
- Rendy Irwanto, M., & Tjipto Subroto, W. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen Dan Promosi Terhadap Niat pembelian ulang konsumen shopee saat pandemi. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(2), 289–302.
- Rizqiana, S., & Fuadilah, M. A. (2024, April 2). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi harga terhadap kepuasan konsumen pada usaha omah Petoeng Tulungagung. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah*, 2(2), 272-285
- Rufliansah, F. F., & Daryanto Seno, A. H. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan konsumen (Studi Pada Konsumen Rainbow Creative Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 389–401.
- Santoso, R. P., Peni Haryanti, & Imam Sopingi1 Sopingi. (2023). Kualitas Produk Dan Harga Produk Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Dimoderasi Labelisasi halal. *Prosiding Seminar Nasional Sains, Teknologi, Ekonomi, Pendidikan dan Keagamaan (SAINSTEKNOPAK)*, 7.

- Siaputra, H. (2024). Pengaruh kualitas makanan, kualitas layanan dan persepsi harga terhadap minat beli ulang pada Restoran XYZ Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 10(1), 13-23.
- Seftian, I., Yusnita, R. T., & Fauzy, D. M. (2023). Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kualitas Makanan Dan Perceived Value Pada Irfan Amanah Catering. *Jurnal panengen*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. J. (2016). *Research methods for business: A skill building approach Seventh Edition*. John Wiley & Sons.
- Setya, F. D., Lubis, M. R., & Effendy, S. (2020). Hubungan Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Dengan Loyalitas pelanggan di raihan bakery cake & shop Medan. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi*, 2(2), 91–118.
- Setya, K. I. (2023, July 2). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Korean Food Yoebeo Topokki. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Sosial*, 1(2), 131-143.
- Shobur, A., Kanto, D. S., & Iskandar, D. A. (2023, March). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Rumah Makan Ganto Minang Jakarta. *Jurnal Bisnis*, 2(1)
- Siaputra, H. (2020). Bagaimana Keamanan Pangan, KUALITAS Makanan Dan Citra merek mempengaruhi minat beli ulang. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(2), 79–87.
- Siaputra, H. (2024). Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga terhadap minat beli Ulang Pada restoran XYZ Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 10(1), 13–23.

- Sofiyan, Y. (2024, January 21). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Ulang Mixue Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, dan Akutansi*, 8(1)
- Sopingi, I. (2023). Kualitas Produk Dan Harga Produk Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Dimoderasi Labelisasi Halal. *Prosiding Seminar Nasional Sains, Teknologi, Ekonomi, Pendidikan dan Keagamaan (SAINSTEKNOPAK)*, 7.
- Sri Rahmi, R. A. (2022, May 2). Pengaruh E-WOM TERHADAP Citra Perusahaan Dan Dampaknya Terhadap Niat beli Konsumen Pada situs online shopee. *ID. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*.
- Sugiyono, 2013, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: ALFABETA).
- Teresa, B., Lukito, J. I., Aprillia, A., & Andreani, F. (2024, April 1). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang di Wizz Drive Thru Gelato Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18(1), 1-14.
- Tilaar, E., & Aco, L. (2024). Pengaruh brand image, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap minat beli Ulang di Warkop Aweng Tolitoli. *Jurnal Serambi Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), 166-178
- Topang Ekonomi Nasional, Pemerintah Dorong Industri Mamin Percepat Transformasidigital.<https://www.kominfo.go.id/content/detail/50273/topang-ekonomi-nasional-pemerintah-dorong-industri-mamin-percepat-transformasi-digital/0/berita>

- Tri Oktavian, A., & Roslina, R. (2023). Pengaruh Kualitas produk, Keberagaman Produk, Dan Harga Terhadap Niat beli ulang di Toko Holland Bakery Bandar Lampung. *Jurnal Studi Inovasi*, 3(2).
- Utami, A. R., & Anggrainie, N. (2024). Pengaruh Lingkungan FISIK, Persepsi Nilai, Motivasi, Variasi Produk, Harga Dan Sikap konsumen terhadap minat beli Ulang Kopi Kenangan di Kota Tangerang. *Jurnal Manajemen* 7(1), 607-615
- Wijaya, S. T., Fridayani, J. A., & Maridjo, H. (2024). Kepuasan konsumen sebagai Mediasi Pengaruh electronic word of mouth, Kualitas Layanan, Kualitas produk, Dan Store atmosphere terhadap minat beli ulang mie gacoan di Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan* 12(1), 35-56
- Wijaya, W. (n.d.). *Analisa Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap kepuasan konsumen di yoshinoya galaxy mall Surabaya*. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 5(2).
- Winarsih, R., Mandey, S. L., & Wenas, R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Makanan, Dan store atmosphere TERHADAP Keputusan Pembelian Konsumen Pada Dabu – Dabu LEMONG resto Dan Coffee Kawasan Megamas di Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 388.
- Yasmita, H., Nasution, J., & Dharma, B. (2024, January). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian perhiasan imitasi pada toko Rara Aksesoris. *Jurnal Manajemen*, 20(1), 17-26.
- Pusat Data Industri Indonesia. (n.d.). <https://www.dataindustri.com/produk/tren-data-pertumbuhan-industri-penyediaan-makanan-minuman-restoran-dan-sejenisnya/>