

## **BAB 5**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Pada penelitian ini didapatkan data sejumlah 123 responden dan telah di olah dengan menggunakan IBM SPSS 23, berikut ini merupakan beberapa kesimpulan yang terdapat dalam penelitian ini:

1. Total hasil responden yang diolah sebanyak 123 responden, menunjukkan hasil yang valid dan reliabel berdasarkan dari uji validitas dan uji reliabilitas, sehingga dapat dilanjutkan pada tahap uji asumsi klasik, uji model, uji hipotesis, uji analisis regresi linier.
2. Pada uji asumsi klasik tidak ditemukan data yang mengalami heterokedastisitas, multikolinearitas, kemudian pada uji normalitas seluruh data dalam penelitian ini adalah normal.
3. Variabel keputusan pembelian yang dijelaskan sebesar 55,2% secara simultan terhadap variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan gaya hidup.
4. Hipotesis 1 dapat diterima, hal tersebut didukung oleh hasil uji hipotesis dalam penelitian ini menyatakan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Pros.
5. Hipotesis 2 dapat diterima, hal tersebut didukung oleh hasil uji hipotesis dalam penelitian ini menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Pros.
6. Hipotesis 3 dapat diterima, hal tersebut didukung oleh hasil uji hipotesis dalam penelitian ini menyatakan bahwa variabel gaya hidup memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Pros.

#### **5.2 Saran**

Pada pembahasan kesimpulan diatas maka terdapat beberapa saran yang dapat dipaparkan dari penelitian ini adalah:

##### **5.2.1 Saran Praktis**

Saran praktis yang dapat dipaparkan pada penelitian ini, yaitu didasarkan dari rata-rata terendah dalam setiap variabel independen yang digunakan oleh peneliti, melalui hasil dari analisis data deskriptif yang diujikan sebelumnya. Hal ini menjadi dasar bagi peneliti untuk memberikan beberapa saran demi pengembangan usaha

bisnis Pros kedepannya dan juga sebagai referensi bagi bisnis yang bergerak di bidang makanan. Sebagai berikut:

1. Penambahan bahan pengawet makanan guna memperpanjang daya tahan produk. Dalam variabel kualitas produk mengenai ketahanan produk, pernyataan yang masih mendapatkan rating dengan rata-rata terendah yaitu pada masa *expired* dari produk Pros Cube, karena seperti yang diketahui produk Pros menggunakan bahan alami tanpa pengawet. Adanya kondisi tersebut membuat produsen Pros perlu meningkatkan dan mengkaji kembali masa kadaluarsa produk ke dalam rentang waktu yang lebih lama dengan menggunakan bahan pengawet alami atau aman dan memastikan pemilihan bahan baku selalu berkualitas baik, serta pengaturan suhu ruangan (udara) hingga 40%, untuk meminimalisir udara yang bisa merusak bahan baku atau produk.
2. Peningkatan layanan (*customer service*) terhadap pelanggan. Dalam variabel kualitas pelayanan, hal ini berkaitan dengan keprofesionalitas pros dalam melayani pelanggan yang masih menjadi rating terendah yang diperoleh. Agar dapat memaksimalkan kualitas pelayanan yang baik bagi konsumen, maka owner Pros perlu untuk lebih sigap dan teliti dalam menangani keluhan konsumen baik interaksi yang dilakukan melalui *social media* ataupun *off line*.
3. Edukasi atau arahan yang diberikan mengenai pentingnya konsistensi dalam berolahraga. Kegiatan olahraga merupakan sebuah kebiasaan yang baik yang sangat penting untuk meningkatkan imunitas tubuh, serta mencegah penularan Covid-19 yang terjadi pada masa pandemic seperti saat ini. Meskipun telah banyak media edukasi tentang olahraga yang didapat responden, tidak menghalangi owner dari produk Pros juga kembali memberikan edukasi tersebut, sebagai bentuk dari partisipasi dan kepedulian untuk mendorong responden lebih antusias lagi dalam menanggapi akan pentingnya kesehatan tubuh yang salah satunya didapat dari olahraga dan konsumsi makanan yang bernutrisi.
4. Pada penelitian yang dilakukan kedepannya, diharapkan bisa mengambil sampel responden yang lebih besar, agar dapat memperoleh data yang lebih akurat. Dalam hal ini dapat digunakan sebagai implementasi atau referensi

kepada sebuah perusahaan terkait dengan variabel penelitian yang dilakukan saat ini.

### 5.2.2 Saran Akademis

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan, agar dapat mengukur keputusan pembelian lebih dalam lagi, terdapat beberapa saran dari responden untuk Pros, sebagai berikut:

1. Untuk penelitian yang akan datang diharapkan dapat melakukan pengembangan model yang sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan.
2. Pada penelitian selanjutnya, diperlukan adanya pendalaman teori yang didapatkan dari penelitian terdahulu atau para ahli mengenai variabel lainnya yang akan digunakan.

Hasil pada penelitian yang telah dilakukan ini dapat memberikan dampak yang positif dalam hal akademis guna penyelesaian masalah yang berada di masyarakat terutama untuk yang berwirausaha produk *snack* atau camilan sehat dan untuk mahasiswa, penelitian ini dapat menjadi pedoman untuk melakukan penelitian berikutnya.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini disusun sesuai dengan pedoman penelitian karya ilmiah atau skripsi yang telah diberikan, tetapi ada beberapa keterbatasan penelitian yang dialami oleh peneliti saat melakukan penelitian. Berdasarkan hal tersebut diharapkan penelitian selanjutnya dapat disempurnakan lebih baik lagi. Beberapa keterbatasan penelitian yang ditemukan, sebagai berikut:

1. Pandemi covid-19 membatasi penulis untuk mendapatkan responden, dan penyebaran kuesioner hanya melalui *google form* atau secara daring (*online*).
2. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, dan gaya hidup serta dilihat pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Sehingga belum mampu meneliti semua variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian. Contoh variabel lain yang bisa digunakan sebagai bahan penelitian terhadap variabel keputusan pembelian yakni: variabel harga, promosi, dan citra merek.
3. Peneliti belum bisa mengekstrak (memasukan) jurnal internasional sebagai jurnal pendahuluan (*acuan*) untuk digunakan pada penelitian saat ini.
4. Terjadi ambigu dalam sebuah pertanyaan kuisisioner dari penelitian ini, antara data responden yang pernah membeli produk Pros dengan data responden yang

hanya sekedar mengetahui produk Pros, serta pertanyaan mengenai responden yang suka mengonsumsi camilan sehat, karena di ketahui bahwa Pros adalah camilan sehat, tetapi dalam data uji karakteristik responden ditemukan satu responden yang tidak suka mengonsumsi camilan sehat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahad, 2020, Kemenperin Bidik Sektor Industri Tumbuh 3,95% Tahun 2021. Diakses 15 September 2021, pukul 14:12 WIB., didapat dari Kemenperin: Kemenperin Bidik Sektor Industri Tumbuh 3,95% Tahun 2021
- Aristo, S. F., 2016, Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Woless Chips, *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 1, Oktober 2016.
- Anas, K., dan Muhajirin, 2020, Pengaruh Gaya Hidup (Life Style) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kantin Yuank Kota Bima, *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, Vol. 1, No. 2, Juni: hal 131-138.
- Andini, I. G. A. S., dan Seminari, N. K., 2017, Pengaruh *Retail Service* Terhadap Citra Perusahaan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6, No. 12, November: pp 6651-6677
- Badan Pusat Statistik, 2016, Tabel Perkembangan UMKM pada periode 1997-2013. Diakses 15 September 2021, pukul 14:52 WIB., didapat dari <https://www.bps.go.id/statictable/2014/01/30/1322/tabel-perkembangan-umkm-pada-periode-1997-2013.html>
- Chendradewi, R., Khasanah, I., 2016, Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Waroeng Steak & Shake Semarang Cabang Kelud), *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 5, No. 4, September: pp 1-12
- Chandra, G., 2009, Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Kelekatan *Seasoning* Pada Produk Makanan Ringan di PT GarudaFood Putra-Putri Jaya, Skripsi, Bogor: Departemen Ilmu dan Teknologi Pangan Fakultas Teknologi Pertanian Institut Pertanian Bogor, Didapat dari <https://docplayer.info/62961900-Skripsi-faktor-faktor-yang-berpengaruh-terhadap-kelekatan-seasoning-pada-produk-makanan-ringan-di-pt-garudafood-putra-putri-jaya.html>

- Danawira, A., 2019, Pengaruh Differensiasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji Richeese *Factory* Rempoa, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 9, Desember 2019.
- Dinerti, Dewi, T. M., dan Muliana, S. T., 2021, Pengembangan Media Pembelajaran Kolase Berbasis Pemanfaatan Daur Ulang Sampah Pada Pembelajaran Tema 2 Subtema 3 Siswa Kelas I Sekolah Dasar Swasta, *Jurnal Pendidikan MINDA*, Vol. 3, No. 1, Oktober.
- Fitria, E., 2018, Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus J-Co Suzuya Mall Rantauprapat), *Jurnal Ecobismia*, Vol. 5, Juni 2018.
- Ghozali, I., 2018, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Undip.
- Hariyanto, S., dan Farida, N., 2020, Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Veranda Pasta *House & Café* Gresik, *Jurnal Akuntansi dan Manajemen* Vol. 9, No. 1, Juli: pp 10-18.
- Husfah, F. M., dan Hadi, M., 2018, Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dea Cake and Bakery Kepanjen Malang, *Jurnal Aplikasi Bisnis*.
- Hidayatullah, G. F. F., dan Zahara, Z., 2020, Peran Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian di Café Orangae Puncak Padanjese, *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, Vol. 6, No. 1, Januari: pp 070-078.
- Istiqamah, D. P. N., dan Rachmi, A., 2021, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sari Roti (Studi Pada Mahasiswa Program Studi D4 Manajemen Pemasaran Politeknik Negeri Malang Tahun Akademik 2020/2021), *Jurnal Aplikasi Bisnis*, Vol. 7, No. 1, Juni.
- Joshua, D., dan Padmalia, M., 2016, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, Vol. 5, No. 1, Maret.

- Kurniasih, R., 2018, Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Produk Batik Tulis Banyumas, *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi (JEB4)*, Vol. 20, No. 01.
- Kemenperin Republik Indonesia, 2019, Industri Makanan dan Minuman Jadi Sektor Kampiun. Diakses 15 September 2021., pukul 15:20 WIB., didapat dari Kemenperin: Industri Makanan dan Minuman Jadi Sektor Kampiun
- Kemenperin Republik Indonesia, 2017, Industri Makanan dan Minuman Masih Jadi Andalan. Diakses 15 September 2021., pukul 15:43 WIB., didapat dari <https://kemenperin.go.id/artikel/18465/Industri-Makanan-dan-Minuman-Masih-Jadi-Andalan>
- KBBI.Lektur.ID, 2021, 2 Arti Makanan Ringan di Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Diakses 15 September., pukul 16:30 WIB., didapat dari <https://kbbi.lektur.id/makanan-ringan>
- Kotler, P., dan Keller, K. L., 2009, *Manajemen Pemasaran*, Jilid Pertama, Edisi Ketigabelas, Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_, 2012, *Marketing Management*, 14<sup>th</sup> ed., New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., dan Armstrong, G., 2018. *Principle of Marketing*, 17<sup>th</sup> ed., New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- \_\_\_\_\_, 2011, *Principles of Marketing*, 14<sup>th</sup> ed., New Jersey: Prentice Hall.
- \_\_\_\_\_, 2017, *Principles of Marketing*, 7<sup>th</sup> ed., United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Luthfianto, D., dan Suprihadi, H., 2017, Pengaruh Kualitas Layanan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Café Jalan Korea, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 6, No. 2, Februari.
- Lestari, R., 2021, Kemenperin Patok Pertumbuhan Industri Mamin 5 Persen. Diakses 15 September 2021, pukul 13:44 WIB., didapat dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210906/257/1438655/2021kemenperin-patok-pertumbuhan-industri-mamin-5-persen>

- Millah, S., 2019, Survei: Orang Indonesia Lebih Banyak Makan Camilan Ketimbang Makan Berat. Diakses 15 September 2021., pukul 17:46 WIB., didapat dari <https://traveling.bisnis.com/read/20191203/223/1177360/survei-orang-indonesia-lebih-banyak-makan-camilan-ketimbang-makan-berat>
- Nurhayati, A., Lasmanawati, E., dan Yulia, C., 2012, Pengaruh Mata Kuliah Berbasis Gizi Pada Pemilihan Makanan Jajanan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Boga, *Jurnal Penelitian Pendidikan*, Vol. 13.
- Nugroho, I., 2016, Positivisme Auguste Comte: Analisa Epistemologi Dan Nilai Etisnya Terhadap Sains, *Jurnal CAKRAWALA*, Vol. XI, Desember 2016
- Oscar, B., dan Ulfiani, H., 2019, Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Kiblat Pengusaha Indonesia, *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, Vol. 9, No. 2, September.
- Roosandianto, L., dan Purwanto, S., 2021, Analisis Pengaruh Kualitas Produk Kopi dan *Experiential Marketing* Terhadap *Brand Image* 45 Graha *Coffee Shop* Sidoarjo, *Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, Vol. 6, No. 2, September: pp 1-10.
- Rachman, D., dan Hadmar, H. A. S., 2020, Analisis Pengaruh Lokasi, Harga, Promosi, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Restoran California Friend Chiken (CFC) Beji Depok, *Jurnal Informatika*, Vol. 20, No. 2, Desember.
- Sugiarto, A., 2020, Nasib Globalisasi setelah Covid-19 Berakhir. Diakses 15 September 2021., pukul 15:32 WIB., didapat dari <https://mediaindonesia.com/opini/334604/nasib-globalisasi-setelah-covid-19-berakhir>
- Sukmawati, N., Ekasasi, S. R., 2020, Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Sehat Soyjoy, *Cakrawala Bisnis*, Vol. 1, No. 1, April: pp 17-28.
- Suharno, B., 2020, Pentingnya Meningkatkan Konsumsi Protein Hewani. Diakses 15 September 2021., pukul 17:26 WIB., didapat dari <https://www.kafapet-unsoed.com/2020/09/pentingnya-meningkatkan-konsumsi.html>

- Santosa, T. A., 2019, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, *Store Atmosphere*, dan E-Wom Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Zenbu-House of Mozaru Paris Van Java, Bandung), *Jurnal Manajemen Maranatha, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Maranatha*, Vol. 18, Mei 2019.
- Satrio, F. B., dan Nurtjahjani, F., 2018, Pengaruh Kelompok Acuan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Swalayan O'Lala Probolinggo, *Jurnal Aplikasi Bisnis*.
- Suharna, D., dan Silviyanti, 2019, Pengaruh Struktur Modal dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Profitabilitas, *Journal of Management Studies*, Vol. 6, No. 3, September – Desember: hh. 157-166.
- Schiffman, L. G., dan Kanuk, L. L., 2008, Perilaku Konsumen, Edisi Ketujuh, Jakarta: PT INDEKS.
- Suharto, P. G., dan Suryoko, S., 2017, Pengaruh Gaya Hidup, Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Giggle Box Café & Resto Semarang, *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Situmorang, E. D., Gultom, R., Nadapdap, K., Sihite, M., 2019, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Amanda Brownies, *Jurnal Riset Manajemen*, Vol. 6.
- Sari, R. P. K., dan Widayanti, I. A. R., 2019, Pengaruh Brand Image, Gaya Hidup dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Café Tiga Tjeret di Surakarta, *Edunomika*, Vol. 03, No. 1, Februari.
- Virya, K. A., 2018, Pengaruh Gaya Hidup dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chimon, *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 3, Desember 2018.
- Wulandari, N. K. T., Mendra, I. W., dan Harwathy, T. I., 2021, Pengaruh Stres, Disiplin, dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan *The Pad Bar & Grill Legian Bali*, *VALUES*, Vol. 2.

- Windarti, T., dan Ibrahim, M., 2017, Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu (Studi Pada Konsumen CV. Donat Madu Cihanjuang-Pekanbaru), *Jom FISIP*, Vol. 2, No. 2, Oktober.
- Widyasari, I., dan Maskan, M., 2018, Pengaruh Kemasan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Lay's (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi D-IV Manajemen Pemasaran Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang), *Jurnal Aplikasi Bisnis*.
- Yanuresta, M. R., dan Rismawati, 2021, Pengaruh Budaya Organisasi, Pengembangan Kairi, Kompensasi Terhadap Loyalitas Karyawan Pada Starbucks Coffee, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 10, No. 9, September.
- Yolanda, F., dan Dwiridhotjahjono, J., 2021, Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Antenna HDF Surabaya, *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 16, No. 1.