

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Food Quality* tidak memiliki pengaruh terhadap *Purchase Intention* pada calon konsumen Doure.
2. *Perceived Value* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap *Purchase Intention* pada calon konsumen Doure baik dalam uji hipotesis.
3. *Price Fairness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Purchase Intention* pada calon konsumen Doure pada uji hipotesis.

#### 5.2. Saran

Dalam penelitian ini peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

##### 5.2.1. Saran Akademis

Menambah atau mengganti variabel selain *food quality*, *perceived value*, *price fairness* dan *purchase intention*. Jika peneliti ingin menggunakan variabel pada penelitian ini pada penelitian selanjutnya, peneliti dapat menambah atau mencari jurnal acuan lainnya dan jurnal terbaru mengenai variabel-variabel tersebut serta menambah teori-teori pada keempat variabel tersebut terutama variabel *purchase intention*.

##### 5.2.2. Saran Praktis

1. Dari segi kualitas, Doure perlu meningkatkan bentuk kukis menjadi bulat dan ketebalan kukis agar tidak mudah remuk. Doure juga perlu menginovasi varian baru agar dapat bersaing dengan pasar.
2. Dari segi harga, Doure dapat membuat 2 kemasan yaitu kemasan besar dan kecil agar konsumen yang belum pernah mencoba produk Doure dapat membeli produk yang kemasan kecil dimana selain

untuk mencoba rasa kukis Doure untuk konsumen yang belum pernah mencoba Doure, dari segi harganya pun lebih murah. Selain itu, Doure perlu memberikan promo agar konsumen dapat lebih mengenal Doure.

### 5.3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini berfokus pada orang-orang yang mengetahui produk Doure akan tetapi belum pernah mencoba dan membeli produk Doure. Sehingga penelitian ini memiliki cakupan responden yang cukup kecil dan terbatas. Dalam penelitian ini responden kurang paham mengenai beberapa pertanyaan seperti tingkat kerenyahan dari kukis Doure karena mereka belum pernah mencoba produk Doure.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, I. Saputra H. E. Imanda A. (2019). Pengaruh Sistem Informasi Manajemen terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan di PT. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu, *Jurnal Profesional FIS UNIVED*, Vol. 6, No. 1, Juni 2019: pp 42-60
- Basalamah, S. (2020). Cara Mengidentifikasi dan Penanganan Data Outliner. Diakses 12 Juni 2022, pukul 11.22 WIB., didapat dari <https://salsabilabasalamah.medium.com/cara-mengidentifikasi-dan-penanganan-data-outlier-d2fe16c6d62c>
- Cahyono, K. E. (2021). Pengaruh *Brand Image*, *Product Quality*, *Price* dan *Promotion* terhadap *Purchase Intention* pada Burger King, *Jurnal Eksekutif*, Vol. 18, No. 2, pp: 127-147
- Chianardi, D. H., Permatasari A. (2020). *Factors Affecting Frozen Food Purchase Intention During the Covid-19 Outbreak in Indonesia (Case of Greater Jakarta)*. ICFBE 2022. 2022: pp: 412-428
- Croce, C. M., Tripicchio, G. L., Coffman, D.L., dan Fisher J. O. (2021). Association of Snacking Frequency, Size, and Energy Density with Weight Status among Preschool-Aged Children in the United States, *Journal of The Academy of Nutrition and Dietetics*
- Devi, I. P., Kusuma, I. G. N. A. E. T., Rihayana, I. G. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Makanan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Niat Beli di Warung Dekade. *Jurnal VALUES*, Vol. 1, No. 2, April 2020: pp 129-138
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Halimah, W., Hidayat, N., dan Fidhyallah, N. F. (2021). Pengaruh Kualitas Makanan , Nilai yang Dirasakan, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Layanan Pemesanan Makanan Online Pizza Pesan Antar, *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, Vol. 2, No. 2, pp: 325-335
- Jayusman, I., Shavab, O. A. K. (2020). Studi Deskriptif Kuantitatif tentang Aktivitas Belajar Mahasiswa dengan Menggunakan Media Pembelajaran Edmodo dalam Pembelajaran Sejarah, *Jurnal Artefak*, Vol. 7, No. 1, April 2020: pp 13-20
- Kementrian Perindustrian. (2019). Industri Makanan dan Minuman Jadi Sektor Kampiun. Diakses 4 September 2022, pukul 17.02 WIB., didapat dari <https://kemenperin.go.id/artikel/20298/Industri-Makanan-dan-Minuman-Jadi-Sektor-Kampiun->
- Kementrian Perindustrian. (2021). Menggali Potensi Kerja Sama Industri Makanan Minuman. Diakses 11 Juni 2022, pukul 11.45 WIB., didapat dari <https://kemenperin.go.id/artikel/22963/Menggali-Potensi-Kerja-Sama-Industri-Makanan-Minuman>
- Konuk, F. A. (2018). *The role of store image, perceived quality, trust and perceived value in predicting consumers' purchase intentions towards organic private label*. *Jurnal Ritel dan Layanan Pelanggan*. 2018: pp 304-310
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* 18<sup>th</sup> edition, New York: Pearson Education Limited.
- Lidwina, R. (2021). Siapa Konsumen Terbesar Makanan Ringan di Indonesia. Diakses pada 11 Juni 2022, pukul 15.30 WIB, didapat dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/19/siapa-konsumen-terbesar-makanan-ringan-di-indonesia>

- Lismanizar, Utami, S. (2018). Pengaruh Keamanan Pangan, Kesadaran Kesehatan, Nilai yang Dirasakan dan Harga terhadap Niat Beli Makanan Cepat Saji pada Konsumen KFC di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Vol. 3, No. 2, Mei 2018: p 86-97
- Meiryani. (2021). Memahami Uji t dalam Regresi Linear. Diakses pada 16 Juni 2022, pukul 11.33 WIB., didapat dari <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-uji-t-dalam-regresi-linear/>
- \_\_\_\_\_. Memahami Uji Multikolinearitas dalam model regresi. Diakses pada 12 Desember 2022, pukul 15.05 WIB., didapat dari <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/06/memahami-uji-multikolinearitas-dalam-model-regresi/>
- \_\_\_\_\_. Memahami Uji F (Uji Simultan) dalam Regresi Linear. Diakses pada 12 Mei 2022, pukul 14.10 WIB., didapat dari <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-uji-f-uji-simultan-dalam-regresi-linear/#:~:text=Uji%20F%20bertujuan%20untuk%20mencari,bersama%2Dsama%20terhadap%20variabel%20terikat.>
- Muharmi H. dan Sari, D. K. (2019). Pengaruh Service Quality, Food Quality dan Perceived Value terhadap Behavioral Intentions dengan Consumer Satisfaction sebagai Variabel Mediasi, *Jurnal ASSETS*, Vol. 9, No. 2, Desember: pp 125-137
- Praditya, A., Ariefiantoro, T., Suryawardana, E. (2019). Analisis Pengaruh Lingkungan Kerja, Kepemimpinan, dan Motivasi terhadap Kinerja Karyawan (Studi pada Karyawan Bagian Kolektor PT Cakrawala Citramega Multifinance Cabang Semarang), *Majalah Ilmiah Solusi*, Vol. 17 No. 4., Oktober 2019: pp 85-98

- Pratama, W. P. (2022). Hore Pulih! Kinerja Industri Pengolahan Kuartal I/2022 Makin Ekspansif. Diakses pada 11 Juni 2022, pukul 11.52 WIB., didapat dari <https://m.bisnis.com/amp/read/20220414/9/1522937/hore-pulih-kinerja-industri-pengolahan-kuartal-i2022-makin-ekspansif>
- Pratiwi, N., Siregar, Z. M. E., Asnora, F. H., (2022). Sosialisasi Pembuatan Makanan Ringan Berbahan Dasar Kulit Lumpia di SMP Negeri 2 Sumberjo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat.*, Vol. 5. No. 4, 2022: pp 1500-1505
- Putra, I. R. (2022). Industri Makanan dan Minuman Diprediksi Tumbuh 7 Persen di 2022. Diakses pada 11 Juni 2022, pukul 12.05 WIB., didapat dari <https://m.merdeka.com/uang/industri-makanan-dan-minuman-diprediksi-tumbuh-7-persen-di-2022.html>
- Sari, R. M. dan Prihartono (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi)*, Vol. 5, No. 3, 2021: pp 1171-1184
- Sinaga, W. A. L., Sumarno S., Sari, I. P. (2022). Penerapan Metode Regresi Linier Berganda untuk Estimasi Jumlah penduduk pada Kecamatan Gunung Malela. *Jurnal of Machine Learning and Artificial Intelligence (JOMLAI)*, Vol. 1, No. 1, Maret 2022: pp 55 64
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sutiyani, T. (2016). Konsumen Berhak Mendapatkan 'Price Fairness' saat Berbelanja. Di akses pada 11 Juni 2022, pukul 18.21 WIB., didapat dari <https://www.kompasiana.com/tiyansutiyani/56f083d44b7a610605035c86/konsumen-berhak-mendapatkan-price-fairness-saat->

[berbelanja?page=all&page\\_images=1#:~:text=Apa%20itu%20price%20fairness%3F,Bahasa%20Indonesia%20sebagai%20kewajaran%20harga.&text=Price%20fairness%20bisa%20dika-takan%20proses,dianggap%20wajar%20dan%20dapat%20dite-rima.](#)

- Suzan, R., Halim, R., Ayudia, E. I. (2021). Hubungan antara Asupan Makanan, Status Gizi dan Aktivitas Fisik dengan Kejadian Covid-19 pada Orang Dewasa. *JMJ Special Issues JAMHESIC*, 2021: pp 456-466
- Tanujaya, C. (2017). Perancangan Standart *Operational Procedure* Produksi pada Perusahaan Coffeein. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 2, No. 1, April 2017: pp 90-95
- Tjia, E. C., Lim, A., Clarissa, C., *et al.*, (2021). Pengaruh Pandemi Terhadap Penjualan UMKM Sektor Makanan dan Minuman di Kota Depok, *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, Vol. 3, No. 1, 2021: pp 102-119
- Tjpto, I., Sutanto E. M. (2018). Pengaruh Kepuasan pada Kompensasi, Motivasi Kerja, dan Komitmen Organisasional terhadap Kedisiplinan Kerja Sopir tetap PT Sumber Karya, *Jurnal AGORA*, Vol. 6, No. 2, 2018
- Wahidmurni. (2017). Pemaparan Metode Penelitian Kuantitatif. Didapat dari <http://repository.uin-malang.ac.id/1985/2/1985.pdf>
- Wicaksana, W. R. Paramastri, B. Ardyanfitri, H. (2021). *Purchase Intention* Produk Frozen Food Berdasarkan *Perceived Quality* dan *Price Fairness*, *Jurnal MANOVA*, Vol. 4, No. 1, 2021: pp 1-12
- Wijayantiarni, F. H. dan Roostika, R. (2022). The Influence of Perceived Food Quality, Price Fairness, Perceived Value and Satisfaction on Customers' Revisit and Word-of-Mouth on

Cake & Bakery Shops in Yogyakarta and Surakarta, *Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, Vol. 01, No. 01, 2022: pp: 81