

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. *Product* berpengaruh positif terhadap minat beli. Hal tersebut terbukti dengan nilai t hitung sebesar 2,259 dengan probabilitas 0,029 dimana angka tersebut signifikan karena ($p < 0,05$).
2. *Price* berpengaruh positif terhadap minat beli. Hal tersebut terbukti dengan nilai t hitung sebesar 3,358 dengan probabilitas 0,002 dimana angka tersebut signifikan karena ($p < 0,05$).
3. *Place* berpengaruh positif terhadap minat beli. Hal tersebut terbukti dengan nilai t hitung sebesar 2,292 dengan probabilitas 0,027 dimana angka tersebut signifikan karena ($p < 0,05$).
4. *Promotion* berpengaruh positif terhadap minat beli. Hal tersebut terbukti dengan nilai t hitung sebesar 2,481 dengan probabilitas 0,017 dimana angka tersebut signifikan karena ($p < 0,05$).
5. *People* berpengaruh positif terhadap minat beli. Hal tersebut terbukti dengan nilai t hitung sebesar 2,197 dengan probabilitas 0,034 dimana angka tersebut signifikan karena ($p < 0,05$).
6. *Process* berpengaruh positif terhadap minat beli. Hal tersebut terbukti dengan nilai t hitung sebesar 2,184 dengan probabilitas 0,035 dimana angka tersebut signifikan karena ($p < 0,05$).

7. *Physical Evidence* berpengaruh positif terhadap minat beli. Hal tersebut terbukti dengan nilai t hitung sebesar 2,230 dengan probabilitas 0,031 dimana angka tersebut signifikan karena ($p < 0,05$)
8. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *product, price, place, promotion, people, process, physical evidence* terhadap minat beli di *The House of Raminten*. Hal ini dibuktikan dengan nilai Fhitung sebesar 192,463 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$).
9. Terdapat pengaruh factor *Price/* harga yang paling dominan terhadap minat beli di *The House Of Raminten*. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung terbesar yaitu sebesar 3,356 dengan signifikansi sebesar 0,002 ($p < 0,05$)

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pengelola *The House of Raminten*

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga merupakan factor dominan yang mempengaruhi minat beli, oleh karena itu pihak pengelola disarankan senantiasa untuk menjaga harga yang terjangkau bagi konsumen. Dengan demikian akan meningkatkan minat beli pada konsumen yang datang.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hendaknya peneliti selanjutnya melakukan penelitian dengan menggunakan data yang lebih akurat dengan jumlah yang lebih banyak, menggunakan metode lain seperti wawancara langsung dan alat uji yang lebih lengkap sehingga diperoleh kesimpulan yang lebih baik dan valid.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstong, Michael.2003. *The Art Of HDR: Strategic Human Resource Management a Guide to Action Manajeen Strategi Pemasarn Praktis untuk bertindak* (Alih Bahasa: Ati Cahyani). Jakarta : PTGrameia
- Bennion, M & Scheule, B. 2004. *Introductory foods(12th ed)*. USA : Pearson Prencite hall.rta
- Danang Suryoto. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Gramedia
- Fandy Tjiptono. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: penerbit Andi
- . 2005. *Pemasaran Jasa, Marketing*. Yogyakarta: Andi Offset
- .2014. *Pemasaran Jasa Prinsip Penerapan Penelitian*. Yogyakarta : Andi Offset
- Ferdinand, Augusty. 2002. *Metode Peneltian Manajemen*. Semarang : Badan Pernerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS19 (5th ed)*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gitosudarmo, Indrio. 2001. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: BPFE
- Jaz Hezer & Barry Render. 2006. *Operation Manajemen (Alih Bahasa: Dwianoegrahwati Setyoingsih, Indra Almahdy)*. Jakarta : Perbit Salemba Empat
- Kotler and Amstrong. G. 2001. *Prinsip- Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- . 2008. *Prinsi-Prinsip Pemasaran Jilid 1 (Alih : Bob Sabra, M.M)*. Jakarta : Erlanga
- Marsum. 2007. *Restoran Dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta : Andi Offset
- Mowen. 2006. *Manajerial Accounting*. Jakarta : Salemba empat
- Nana Herdiana Abdurrahman.2015. *Manajemen Strategi Pemasaan*. Bandung : Pustaka Setia

- Nugroho J. Setiadi. 2003. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media
- Palmer Adrian. 2009. *Principles Of Service Marketing*. United of America: Mc,GrawHill
- Purnomo. 2007. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- Rismiati, Catu. E dan Suratno,Ig.Bondan. 2008. *Pemasaran Barang dan Jasa*. Yogyakarta : Kanisus
- Stanislaus S. Uyanto. 2009. *Pedoman Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta. Graha Ilmu
- Sugiyono, 2009. *Metode Peneltian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfbeta
- , 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Suryono .2013. *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta : Penerbit Salemba empat
- Soekresno. 2009. *Manajmen Food and Beverage*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Swastha dan Besu. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Liberty
- Suharsimi Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitan Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineke Cipta
- , 2010. *Prosedur Penelitian*: Jakarta : Rineke Cipta
- Zeithaml,V.A, Bitnes,M.J & Gramler,D.D. 2006. *Service Marketing (4th ed)*. New York : The MC GrawnHill Compaies, inc

LAMPIRAN

Lampiran 1

SURAT IZIN PENELITIAN



YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA**

Jl. Laksda Adisucipto Km.6 (Tempel, Calurtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281
Telp / fax : (0274) 485115 - 489514 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@yahoo.co.id

Nomor : 1080 /Q.AMPTA/III/2018 Yogyakarta, 14 Maret 2018
Hal : Permohonan Penelitian

Kepada Yth
Ibu Lisa
Manager The House Of Raminten
Jl.Fardinan Muridan Noto No. 7
Gondokusuman, Kotabaru
Yogyakarta

Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan Penelitian di Restaurant The House Of Raminten, Yogyakarta, selama 4 minggu terhitung mulai tanggal 6 April 2018 sampai dengan tanggal 6 Mei 2018, bagi mahasiswa/i kami dari Jurusan D IV Administrasi Hotel :

Nama Mahasiswa : Gustina Dekawati
No Mahasiswa : 314100695
Semester : VIII (Delapan)

Besar harapan bila mahasiswa kami mendapatkan izin untuk melaksanakan penelitian sehingga dapat menyusun Laporan Penelitian yang berjudul : **"FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN TERHADAP PRODUK DI THE HOUSE OF RAMINTEN"**. Proposal Penelitian akan diikutsertakan oleh mahasiswa yang bersangkutan.

Atas bantuannya kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami
Ketua



Dr. Prihatno, M.M.

Tembusan:
-file

Lampiran 2

SURAT BALASAN IZIN PENELITIAN



SURAT KETERANGAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini Personalia The House of Raminten, membenarkan bahwa :

Nama : Gustina Dekawati
Nim : 314100695
Program Studi : Pengelolaan Perhotelan
Jenjang : D IV
Kampus : STP AMPTA Yogyakarta
Judul penelitian : Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Produk di The House Of Raminten.

Adalah benar telah melaksanakan penelitian lapangan di The House of Raminten sampai selesai dengan baik.

Demikian surat ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 19 April 2018
The House of Raminten


The House of Raminten
Bayu Wijayanto
HRD

Lampiran 3

CERTIFICATE ON THE JOB TRAINING



Lampiran 4

KUESIONER PENELITIAN

Nama :

Jenis kelamin :

Pendidikan :

Pekerjaan :

Umur :

Isilah pernyataan dibawah ini dengan keadaan yang ada

SS (sangat setuju), S (setuju), TS (tidak setuju), STS (sangat tidak setuju)

Pernyataan Kuesioner faktor 7P yang mempengaruhi minat beli konsumen (X)

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
A	Product (Produk)				
1	Penampilan dari produk menarik				
2	Rasa dari produk tersebut enak				
3	Tekstur dari produk sesuai dengan pesanan				
4	Aroma produk menggugah selera				
B	Price (Harga)				
5	Harga yang murah dan terjangkau				
6	Harga sesuai dengan produk yang dijual/ disajikan				
7	Pemberian diskon dihari-hari tertentu (seperti pada saat hari ulang tahun dll)				
8	Pemberian harga yang bersaing dari restoran lain				
C	Place (Tempat)				
9	Memiliki area parkir yang luas				
10	lokasi yang strategis				
11	Lokasi yang bersih dan rapi				
12	Lokasi yang mudah diakses/ dijangkau				

D	Promotion (Promosi)			
13	<i>The house of</i> Raminten melakukan promosi dengan gencar			
14	Media promosi yang digunakan <i>The House of</i> Raminten bervariasi (seperti media sosial, media cetak)			
15	Tampilan logo <i>The House of</i> Raminten yang mudah diingat			
16	Pemberian diskon apabila menu yang diterima tidak sesuai dengan yang dipesan			
E	People (Orang/SDM)			
17	Karyawan yang tanggap dengan kemauan konsumen (seperti konsumen menanyakan toilet/ mushola)			
18	Karyawan selalu ramah dalam memberikan pelayanan			
19	Penampilan karyawan bersih dan rapi			
20	Karyawan memberikan pelayanan secara tepat			
F	Process (Proses)			
21	Penyajian pesanan makanan dilakukan secara cepat			
22	Pada saat ada <i>guest complaint</i> , dilakukan Penanganan complain guest secara cepat			
23	Di <i>The House of</i> Raminten transaksi pembayaran dilakukan dengan cepat dan tepat			
24	Proses pelayanan di <i>The House of</i> Raminten mulai dari tamu masuk sampai keluar sangat baik			
G	Phsycal Evidance (Tampilan Fisik)			
25	Penataan produk disajikan dengan rapi			
26	Penataan produk (plating) yang menarik			
27	Tampilan produk yang unik			
28	Produk disajikan dengan keadaan bersih			

Pernyataan Minat Beli Konsumen (Y)

No	Pernyataan	Skala penilaian			
		SS	S	TS	STS
1	Minat membeli karena rasa penasaran				
2	Minat membeli karena tuntutan pekerjaan				
3	Minat membeli karena kepuasan yang didapat				
4	Minat membeli karena kebutuhan				
5	Minat membeli karena menuruti gaya hidup				
6	Minat membeli atas dasar referensi dari seseorang/ teman				
7	Minat membeli karena Persepsi				
8	Minat membeli karena hobi/kegemaran/ kesukaan				

Lampiran 5

DOKUMENTASI PENELITIAN

Waiter dan Waiters

Lokasi Sesajen Penyambutan Tamu



Lesehan *The House Of Raminten*

Depan *The House Of Raminten*



MENU THE HOUSE OF RAMINTEN



Lampiran 6

DAFTAR NAMA RESPONDEN


NO	NAMA RESPONDEN
1	ADINDA PUTRI
2	NICO
3	MARYADI
4	NOVA
5	YENNI ERNAULI
6	DONI
7	NADYA
8	ADE NURVITA
9	REZA ALVIYANI
10	ARIS PRAWOTO
11	SUWARNA
12	SHERIN ALISYA
13	RARA
14	SISIL
15	ADVEER
16	NOVIRA CITRA DEVI
17	YUDHI VERNANDO
18	ALFHIFAH ZAHIDAH
19	CHARISMA SHENDY
20	DWI MARGO Y
21	KIRAINA ZASKIA
22	E. DIAN M
23	MAEVIN NUGROHO
24	POCUT NADIA
25	HANA
26	SUKAR UNI
27	KHAIRANI
28	JOJO
29	MAHESA BERRY
30	RIO ILMANNUR
31	AHMAD ZAKI H
32	HANNA FADILLA
33	BOY
34	RIVAL ANWAR
35	MAULANA MALIK

36	MARIA REBBECA
37	NOVITA M
38	TUKIYA
39	ANOM BUDI
40	DARYANTI
41	ANIK
42	PANJI
43	DYAS
44	FALSA M
45	SUCY WULAN
46	MITA
47	AHMAD ABDUL J
48	DZAKI CIKAL P
49	RATIH IDA A
50	DIVA KHOIRIYAH

Lampiran 7

LEMBAR BIMBINGAN

LEMBAR BIMBINGAN




NAMA MAHASISWA : Gustina Dewanti
 NO. MAHASISWA : 31400695
 JUDUL PENELITIAN : Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen terhadap Produk di The House Of Raffles

NAMA PEMBIMBING I : Des. Budi Herawan, MM NAMA PEMBIMBING II : Saptia Dwi Setyo Hastuti, M. Pd

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
	8/18	- Mendefinisikan - - Penilaian	
	12/18	- Penelitian - - Data Penelitian	
	13/18	- Literatur - - mencari PR Group - masalah - - Pembacaan video (video)	
	13/18	- Analisis - - Paraf	

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1.	9/18	Letak belah ketupat tidak kebetulan antara paragraf & paragraf lain.	
2.	9/18	Landasan teori : - Sumber disebutkan - jangan memindahkan kata !!! (gunakan parafase) - Perhatikan kalimat yang panjang (gunakan paragraf)	

LEMBAR BIMBINGAN



NAMA MAHASISWA : Gustina Dewanti
 NO. MAHASISWA : 31400695
 JUDUL PENELITIAN : Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen terhadap Produk di The House Of Raffles

NAMA PEMBIMBING I : Des. Budi Herawan, MM NAMA PEMBIMBING II : Saptia Dwi Setyo Hastuti, M. Pd

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
	19/3	- Analisa data - Questioner	
	20/3/18	- Uji Pembacaan II - Questioner - Error dgn variabel	
	24/3	- Proposal	
	23/4/18	- Literatur teori - Data proposal - Abstrak	

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
3.		Metode Penelitian : - Uji Proporsional - Regresi Linier Berganda - Teknik Pengambilan Sample	
4.	20/3/18	- Penawaran (lihat buku pedoman) - Kuesioner → gunakan konten yg sudah dipalsukan	
5.		- Questioner = penulisan konten	

LEMBAR BIMBINGAN



NAMA MAHASISWA : BUSTWA DEKAWATI
 NO. MAHASISWA : 314100695
 JUDUL PENELITIAN : Faktor yang Mempengaruhi Asas bei Korrosi Terhadap Produk di the House Of Kaminta

NAMA PEMBIMBING I : Dr. Budi Hermawan, MM

NAMA PEMBIMBING II : Sapta Dwi Setyo Hastuti, M. Ed

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
	1/5/18	- Diskusi Shops OEE	<i>[Signature]</i>

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
		Ke Pembimbing I	
	31/01	Proposal ACE	
	30/4	- Abstrak dibruak 3 paragraf, isi : Latar & tujuan, jenis & metode Penelitian, Hasil.	
		- Bab III berubah (tidak lagi/belum lagi format proposal)	
		- Validitas & Reliabilitas instrumen pendatah ke bab III	

LEMBAR BIMBINGAN



NAMA MAHASISWA : Faktor ke Gustina Dekawati
 NO. MAHASISWA : 314100695
 JUDUL PENELITIAN : Faktor yang Mempengaruhi Asas bei Korrosi Terhadap Produk di the House Of Kaminta

NAMA PEMBIMBING I : Dr. Budi Hermawan

NAMA PEMBIMBING II : Sapta Dwi Setyo Hastuti, M. Ed

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
		- Perubahan (perlu ditambahkan antara hasil analisis teori dan juga karakteristik responden	
		- Daftar Pustaka : lihat buku pedoman	
		- Lihat abstrak	
		metode	
	1/02/18	Skripsi ACE	

Lampiran 8

HASIL ANALISIS DATA

KARAKTERISTIK RESPONDEN

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-laki	24	48.0	48.0	48.0
Valid Perempuan	26	52.0	52.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Usia Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
10 - 20 tahun	8	16.0	16.0	16.0
21 - 30 tahun	32	64.0	64.0	80.0
Valid 31 - 40 tahun	6	12.0	12.0	92.0
41 - 50 tahun	3	6.0	6.0	98.0
> 50 tahun	1	2.0	2.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Pendidikan Terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SD - SMA	10	20.0	20.0	20.0
D1 - D3	13	26.0	26.0	46.0
Valid S1	25	50.0	50.0	96.0
S2	2	4.0	4.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Pekerjaan Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Pelajar/Mahasiswa	11	22.0	22.0	22.0
Karyawan Swasta	24	48.0	48.0	70.0
Wiraswasta	7	14.0	14.0	84.0
Valid Guru/Dosen/PNS	3	6.0	6.0	90.0
Ibu Rumah Tangga	2	4.0	4.0	94.0
Lain-lain	3	6.0	6.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

LAMPIRAN UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.57738274
	Absolute	.074
Most Extreme Differences	Positive	.073
	Negative	-.074
Kolmogorov-Smirnov Z		.524
Asymp. Sig. (2-tailed)		.946

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.957	.695		1.377	.176		
Produk	.263	.116	.135	2.259	.029	.202	4.959
Price	.340	.101	.200	3.358	.002	.203	4.921
Place	.313	.137	.185	2.292	.027	.111	9.014
Promotion	.210	.085	.139	2.481	.017	.230	4.351
People	.172	.078	.106	2.197	.034	.310	3.224
Proccess	.217	.099	.128	2.184	.035	.210	4.773
Phisical Evidence	.308	.138	.181	2.230	.031	.109	9.133

a. Dependent Variable: Minat Beli

LAMPIRAN UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.985 ^a	.970	.965	.624

a. Predictors: (Constant), Phisical Evidence, People, Proccess, Promotion, Produk, Price, Place

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	523.985	7	74.855	192.463	.000 ^b
	Residual	16.335	42	.389		
	Total	540.320	49			

a. Dependent Variable: Minat Beli

b. Predictors: (Constant), Phisical Evidence, People, Proccess, Promotion, Produk, Price, Place

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.957	.695		1.377	.176
	Produk	.263	.116	.135	2.259	.029
	Price	.340	.101	.200	3.358	.002
	Place	.313	.137	.185	2.292	.027
	Promotion	.210	.085	.139	2.481	.017
	People	.172	.078	.106	2.197	.034
	Proccess	.217	.099	.128	2.184	.035
	Phisical Evidence	.308	.138	.181	2.230	.031

a. Dependent Variable: Minat Beli