

PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN TENTANG KUALITAS, HARGA, DAN RASA PADA MINAT BELI MASYARAKAT UNTUK MAKANAN BEKU

RINGKASAN SKRIPSI



Disusun oleh:

NANDYAS SILASARI

2117 29654

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA

2021

SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN TENTANG KUALITAS, HARGA, DAN RASA PADA MINAT BELI MASYARAKAT UNTUK MAKANAN BEKU

Dipersiapkan dan disusun oleh:

NANDYAS SILASARI

No. Mhs.: 211729654

telah dipresentasikan di depan Tim Dosen pada hari Senin, 20 September 2021 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen.

SUSUNAN TIM DOSEN:

Pembimbing,



Dr. Wisnu Prajogo, MBA.



Ketua/Penguji,

Ranti Yulia wardani, M.Sc., Ph.D.

Yogyakarta, 20 September 2021
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN
Ketua,



Dr. Wisnu Prajogo, MBA.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN TENTANG KUALITAS, HARGA, DAN RASA PADA MINAT BELI MASYARAKAT UNTUK MAKANAN BEKU

Oleh:

NANDYAS SILASARI

STIE YKPN YOGYAKARTA

E-mail: snandaysila@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran masyarakat dalam pembelian makanan beku yang meliputi kualitas, harga dan rasa. berdasarkan data yang telah dikumpulkan, ada 248 responden dalam penelitian ini. Ada 3 variabel dalam penelitian ini yaitu kualitas, harga dan rasa. Ketiga variabel tersebut dianggap sebagai penentuan yang sering dilakukan oleh masyarakat saat melakukan pembelian.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi dengan SPSS. Hasil pengujian hipotesis penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Kualitas, (2) Harga, dan (3) Rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

Kata kunci: kualitas produk, harga produk, rasa produk.

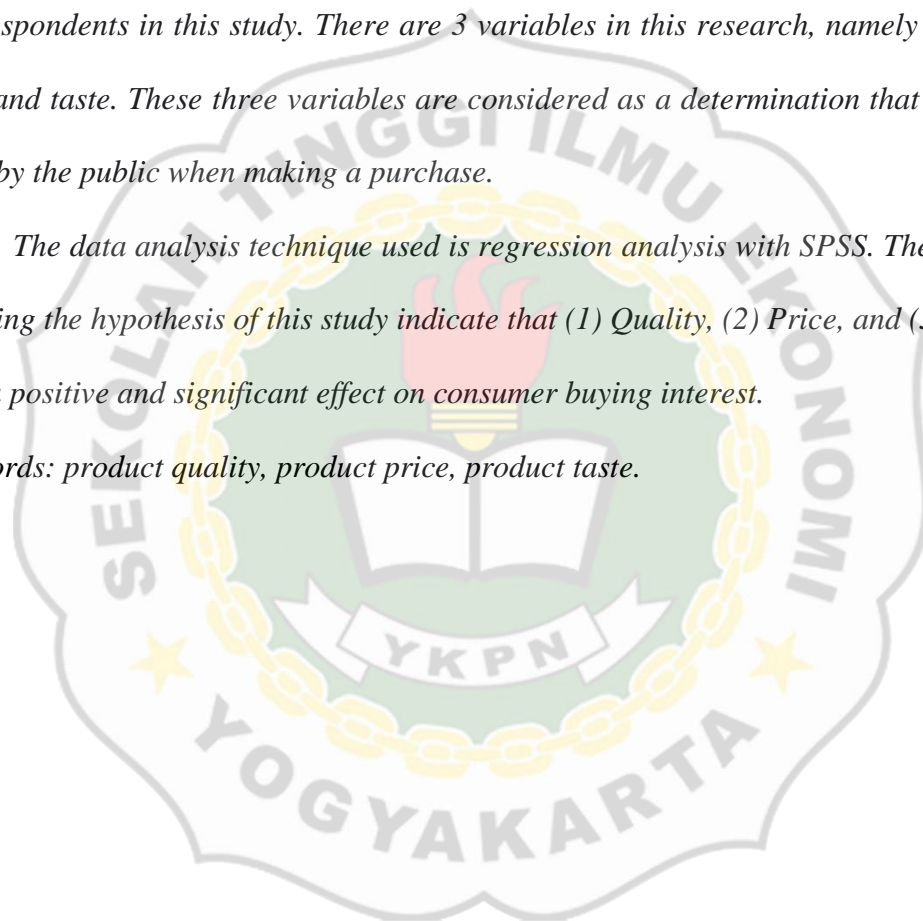
PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRACT

This study aims to determine the community's role in purchasing frozen food which includes quality, price and taste. based on the data that has been collected, there are 248 respondents in this study. There are 3 variables in this research, namely quality, price and taste. These three variables are considered as a determination that is often made by the public when making a purchase.

The data analysis technique used is regression analysis with SPSS. The results of testing the hypothesis of this study indicate that (1) Quality, (2) Price, and (3) Taste have a positive and significant effect on consumer buying interest.

Keywords: product quality, product price, product taste.



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI



repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Ketika masa pandemi seperti sekarang ini masyarakat memilih untuk lebih banyak menghabiskan waktu di rumah dibandingkan keluar rumah. Begitu juga dalam melakukan pembelian bahan-bahan makanan, bagi sebagian besar masyarakat dari pada bolak-balik ke pasar atau supermarket mereka memilih untuk membeli produk-produk *frozen food* atau makanan beku dalam jumlah yang banyak untuk beberapa jangka waktu tertentu dan sebagai *stock* makanan di rumah karena yang mudah diolah dan praktis. Dalam hal ini peran suatu makanan olahan yang dibekukan sangat membantu, maka dari itu bisa dikatakan sangat efektif sebagai alternatif menghemat waktu dan meminimalisasi untuk tidak terlalu sering keluar rumah demi menerapkan protokol kesehatan pemerintah sesuai anjuran yang ada.

Menurut Achmadi (2018), secara rinci bahwa makanan yang disimpan dengan cara dibekukan tidak selalu menjamin akan menghilangkan nilai gizi dari suatu bahan makanan tersebut. Justru dengan disimpan dibawah suhu yang dingin dan rendah akan menghambat pertumbuhan jamur atau bakteri secara cepat dibandingkan dengan makanan yang dibiarkan di ruangan terbuka¹. Tidak disangka berkat penemuan sebuah makanan beku dapat memudahkan setiap individu dalam melakukan tugasnya pada saat sedang berada dikeadaan sibuk dan banyak kerjaan. Test (2018) mengatakan dan juga menyarankan untuk menjauhi makanan beku olahan ketika pada saat seseorang sedang mencoba untuk mendapatkan kembali energi tubuh yang hilang. Dalam hal ini tidak semua ahli gizi membenarkan bahwa makanan beku adalah sebuah alternatif yang tepat untuk dikonsumsi.

Kebanyakan orang memilih untuk tidak ingin menyulitkan dirinya sendiri ketika harus memilih alternatif makanan dengan kondisi seperti saat ini. Produk *frozen*

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

food merupakan langkah yang tepat untuk memudahkan orang-orang menyediakan *stock* makanan secara mudah, praktis dan higienis. Zhu dan Chang (2015) serta Hansen (2014) mengatakan bahwa produk satu sama lain dapat memicu perkembangan suatu merek. Hal ini terjadi ketika rekan kerja memengaruhi seseorang untuk mengenal, memilih, dan memutuskan produk *frozen food*. Maka dalam kondisi ini dapat memengaruhi perilaku seseorang dalam memilih dan menentukan jenis-jenis makanan dengan pengharapan kualitas yang baik. Hamilton (2015) mengatakan bahwa keakraban produk sangat berpengaruh positif dan berperan penting dalam meningkatkan minat beli konsumen. Dalam perannya, jenis *frozen food* dibagi menjadi 2 kemasan yaitu makanan beku hanya mengolah daging beku yang sudah dipotong tanpa bumbu dan ini berguna sebagai simpanan cadangan makanan agar daging lebih awet dan tahan lama. Yang kedua yaitu *frozen food* atau makanan beku dengan berbagai macam bumbu, bentuk, tekstur, rasa dan kemasan sebagai contoh yaitu nugget, sosis dan bakso. Makanan berjenis ini memang memiliki daya tarik tersendiri karena terlihat sedap dan sehat tetapi meskipun begitu diantara kedua model tersebut salah satu jenis ada yang tidak disarankan untuk dikonsumsi setiap hari apalagi untuk anak-anak.

Dapat didefinisikan secara menyeluruh bahwa kualitas, harga, dan rasa yang terdapat pada sebuah produk adalah hal terpenting sebagai penentu minat beli konsumen secara menyeluruh. Harga rendah namun kualitas buruk konsumen tidak akan memilihnya, begitu pula dengan kualitas baik namun rasa tidak menjamin itu semua akan menjadi faktor penentuan pembelian konsumen terhadap produk yang ada di pasaran. Santoso, Mustaniroh, dan Pranowo (2018) mengatakan kondisi masyarakat yang meningkat menyebabkan perubahan gaya hidup yang cepat. *Frozen food* menjadi alternatif bahan makanan pilihan rumah tangga dalam memenuhi kebutuhan secara

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

cepat dan mudah. Produk *frozen food* sangat bervariasi sehingga konsumen memiliki banyak pilihan sesuai dengan keinginan masing-masing.

Penelitian ini akan berfokus pada pengaruh ketertarikan masyarakat dalam memilih makanan yang praktis di tengah pandemi *Covid-19*. Ketika pandemi muncul pertama kali di Indonesia, sangat disayangkan banyak hal yang terbuang dalam waktu yang panjang. Sulitnya masyarakat untuk melakukan berbagai hal yang tertunda karena pandemi, dalam hal ini khususnya ketika melakukan pembelian dan pemilihan makanan yang juga berlawanan dengan pembatasan keadaan. Masyarakat lebih memilih mencari alternatif membeli bahan baku makanan yang mudah diolah, mudah dijumpai dan yang paling penting yaitu tidak membuang waktu yang lama untuk menemukannya.

Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran latar belakang di atas, maka penelitian ini merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk *frozen food* atau makanan beku berpengaruh signifikan pada minat beli konsumen?
2. Apakah harga produk *frozen food* atau makanan beku berpengaruh signifikan pada minat beli konsumen?
3. Apakah rasa produk *frozen food* atau makanan beku berpengaruh signifikan pada minat beli konsumen?

Tinjauan Teori

Pengertian Kualitas

Merupakan tingkat baik buruknya sesuatu hal yang ada. Meningkatkan kualitas berarti menambah nilai-nilai untuk dikembangkan semakin baik dan efisien. Kadir (2001) mengatakan tujuan yang sulit dipahami karena harapan para konsumen akan selalu

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

berubah kapan saja tergantung pemikiran mereka. Setiap standar baru muncul dan ditemukan, maka dalam sekejap konsumen akan menuntut lebih dalam hal mendapatkan standar yang lebih baik. Dalam pandangan ini, kualitas dapat dipandang sebagai proses dan bukan hasil akhir. Bisa diartikan bahwa kualitas adalah sebuah tujuan untuk menjadikan hasil akhir lebih baik, sempurna dan terarah dengan baik. Goetsch & Davis dan Tjiptono & Chandra (2016) telah menyatakan bahwa kualitas merupakan kondisi dinamis yang berhubungan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan yang ada.

Pengertian Harga

Merupakan nilai tukar yang disamakan dengan uang atau barang lain dari suatu barang milik seseorang atau kelompok pada waktu dan tempat tertentu. Definisi harga digunakan sebagai pemberian nilai finansial pada suatu produk. Harga menurut Tjiptono (2009), merupakan satuan moneter atau ukuran lain yang dapat ditukarkan untuk memperoleh hak kepemilikan dan penggunaan suatu barang tertentu sesuai yang telah di harapkan. Tjiptono juga mengatakan bahwa harga adalah sebagai penentu keputusan ketika pembelian dilakukan, dengan adanya patokan harga sekian pada setiap barang maka akan memudahkan konsumen untuk berani mengambil tindakan apa yang ingin dibelinya pada saat itu.

Pengertian Rasa

Dalam hal ini yang dimaksud rasa yaitu, ketika perusahaan mengolah suatu bahan baku makanan untuk dijadikan sebagai produk dalam perusahaannya. Disitulah cita rasa harus terjamin dengan baik agar saat peluncuran produk tersebut konsumen mempunyai tanggapan yang baik atas produk dan olahan lainnya. Tidak hanya rasa, tekstur dan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

aroma juga akan menjadi penilaian penting bagi konsumen untuk menanamkan benak pembelian dipikiran mereka. Rasa merupakan kelengkapan sensori yang sulit dan tidak dapat dilepaskan dari keseluruhan cita rasa produk pangan diseluruh penjuru dunia. Rasa memegang peran sangat penting dalam penilaian cita rasa panga dan sebuah kenikmatan cita rasa suatu produk pangan tidak mungkin diperoleh tanpa rasa di dalamnya. Drummond & Brefere (2010) mengungkapkan bahwa cita rasa merupakan suatu pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa makanan yang berbeda-beda tersebut, perilaku seseorang dalam menikmati segala apa yang dikonsumsinya pasti yang pertama mereka nilai adalah kualitas rasa makanan itu sendiri dalam mangkuk yang ada didepannya. Rasa meliputi bau, tekstur dan suhu. Maka dari itu cita rasa memiliki pengaruh besar bagi setiap kehidupan untuk merasakan sesuatu yang ada disekitar dan dilingkupnya.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Kualitas *Frozen Food* terhadap Minat Beli Konsumen

Makanan beku atau biasa dikenal dengan istilah frozen food yaitu merupakan makanan olahan daging yang beraneka ragam. Kotler & Armtsrong (2008) mengatakan bahwa produk adalah segala sesuatu yang bisa dan dapat ditawarkan kepada pasar untuk tujuan menarik perhatian, akusisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan masyarakat sekitar. Model dari olahan ini ada yang masih mentah lalu dibekukan, ada yang setengah matang, dan adapula yang sudah berbentuk kemasan dan sudah dibumbui tinggal goreng. Sangat memudahkan namun sebelum semua itu dikonsumsi juga harus melalui proses pengolahan yang benar terlebih dahulu. Gumilar (2018) mengungkapkan dalam wawancaranya "*frozen food* atau makanan olahan daging beku merupakan suatu proses penyimpanan makanan sebelum pengolahan yang setelah itu dikemas dengan beragam tata cara dengan baik

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

sehingga semua terjaga dengan kualitas yang memadai”.

Dalam memilih kualitas produk, seluruhnya akan menjadi pertimbangan untuk konsumen. Contoh; ketika konsumen pergi ke supermarket untuk mencari *frozen food* yang diinginkan, ia akan melihat dan menilai produk yang akan dibelinya. Kualitas yang ada dalam produk tersebut juga menjadi sebuah penentu, bagaimana kemasan produk dan kebersihan produk itu terjaga dan terjamin. Tentu saja dengan begitu, konsumen akan berfikir kualitas yang ada sudah memenuhi kriteria yang ada. Produk yang berkualitas sudah melalui pengemasan, pengecekan, dan lulus dari standar uji yang dinobatkan sebagai olahan daging yang dapat disimpan dalam lemari es untuk beberapa waktu tertentu dan disajikan kepada konsumen. Itu sebabnya konsumen mempunyai daya tarik tersendiri terhadap produk dengan kualitas yang terbaik, bukan hanya menguntungkan perusahaan namun juga berguna sebagai pilihan lain bagi konsumen ketika malas memasak dan ingin mengolah masakan secara praktis.

H1: Kualitas *frozen food* berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

Pengaruh harga *frozen food* terhadap minat beli konsumen

Harga yang tepat akan menjadi ketertarikan bagi konsumen. Faktor harga bagi beberapa konsumen sangat penting karena harga dapat menjadi patokan konsumen untuk membeli produk tersebut. Secara tidak langsung harga juga masuk kedalam salah satu kriteria minat beli konsumen untuk suatu produk. Djasmin Saladin (2001) mengatakan bahwa harga merupakan alat tukar yang bisa digunakan untuk memperoleh produk atau jasa sesuai dengan apa yang kita inginkan. Swastha & Irawan (2005) juga mengungkapkan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang akan ditambah dengan beberapa produk sesuai kebutuhan dan berguna untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanan. Molan (2005) mengatakan bahwa menetapkan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

harga sesuai dengan nilai yang ada dan sudah diberikan akan cepat di pahami serta di mengerti oleh konsumen.

Ketika harga suatu produk makanan beku yang berbahan dasar daging memiliki harga murah dibandingkan produk lain, konsumen akan lebih berhati-hati dalam memilih dan melihat komposisi bahan yang terkandung didalam produk tersebut. Hal ini akan menjadi penentu konsumen agar tidak salah memilih makanan.

H2: Harga *frozen food* memberikan pengaruh signifikan pada minat beli konsumen.

Pengaruh rasa pada makanan beku terhadap minat beli konsumen

Pengungkapan oleh seorang ahli bernama Drummond & Brefere(2010) cita rasa merupakan salah satu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dengan baik dan cermat, mulai dari rasa makanan, tekstur, dan bagaimana pengolahan produk tersebut diolah dengan baik atau tidak. Ferrinadewi (2008) mengungkapkan pada wawancaranya bahwa suatu rasa dapat digunakan pemasar dalam menawarkan produk-produknya dengan berupaya mengasosiasikan rasa tersebut sebagai perasaan konsumen yang baik. Rasa dalam suatu produk ataupun dalam suatu makanan merupakan penentu utama bagi konsumen, dengan rasa yang enak, lezat pasti akan banyak konsumen yang berbondong-bondong untuk memilih prosuk tersebut. Cita rasa akan menjadikan motivasi untuk konsumen dalam memilih produk yang terdapat beberapa faktor yang menjadikan fokus sebagai perhatian produsen atau pemasar dilingkungan sekitar. Mengembangkan semua bahan baku dengan baik dan benar akan menjadikan suatu produk terlihat semakin menarik dan sedap. Gunawan (2008) mengatakan bahwa rasa merupakan tanggapan konsumen terhadap identitas atau ciri khas yang ada didalam suatu produk seperti rasa manis, asin, pahit ataupun asam. Semua itu dapat dipengaruhi oleh faktor kualitas, keanekaragaman, selera dan inovasi-inovasi rasa yang terdapat

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pada produk tersebut dan hasil akhirnya konsumen akan membuat keputusan pembelian sesuai pilihan dan keinginannya.

H3: Rasa dalam produk *frozen food* memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Didalam suatu ruang lingkup penelitian terdiri dari unit analisis. Unit analisis yang digunakan dalam hal ini merupakan minat beli masyarakat terhadap makanan beku. Seluruh masyarakat dapat dijadikan sebagai unit analisis dalam penelitian ini karena kebanyakan masyarakat senang mengkonsumsi produk olahan makanan beku dan sering membelinya.

Sampel

Definisi sampel yaitu sebagian populasi yang akan diteliti dengan beberapa penjabaran yang telah tersedia. Menurut seorang ahli Sugiyono (2018) mengemukakan bahwa sampel merupakan bagian dari jumlah serta karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi.

Data Penelitian

Data penelitian merupakan suatu informasi yang didapatkan dari hasil pengukuran suatu hal-hal yang meliputi beberapa fakta yang telah ada dan terjadi. Banyak hal yang dapat disampaikan, data bisa didapat dalam bentuk angka ataupun kata yang nantinya akan digunakan sebagai bahan analisis suatu penelitian.

Definisi Operasional Variabel

Minat Beli Masyarakat

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Minat beli masyarakat terhadap olahan makanan beku terdapat peningkatan yang drastis pada masa kini. Masyarakat luas sudah mengerti bagaimana kerepotan jika harus memasak dan mengolah setiap harinya, kemudian dengan adanya makanan beku yang siap saji tinggal dimasak ini sebagian masyarakat lebih mengandalkan olahan daging maupun sayur yang dibekukan dengan lebih praktis.

Kualitas

Kualitas diartikan sebagai penyangga dasar suatu merek produk dalam pembuatan bahan baku yang sudah ditetapkan. Ketika suatu perusahaan tidak menerapkan kualitas yang baik dan mendasar maka produk yang ada akan kalah bersaing dengan beberapa pesaing yang sudah menjuarai kalangan masyarakat luas.

Harga

Harga untuk suatu merek produk sudah merupakan hal yang dikatakan sering berubah-ubah dalam situasi masyarakat. Beberapa masyarakat tidak mempermasalahkan harga produk naik ataupun turun, yang terpenting bagi mereka adalah kualitas baik dan sudah menjadi kebiasaan produk tersebut melekat dalam benaknya.

Rasa

Rasa merupakan poin untuk menentukan pembelian produk, ketika masyarakat mencoba suatu produk yang akan mereka nilai pertama kali yaitu rasa yang cocok dilidah atau tidak.

Metode dan Teknik Analisis

Uji Validitas

Uji Validitas yang terdapat dalam penelitian digunakan sebagai alat ukur sejauh mana pengukuran telah dilakukan dengan akurat dalam pemilihan data informasi yang berisi

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

data untuk dimasukkan kedalam penelitian yang tersedia. Hasil dapat dinyatakan sebagai validitas yang akurat ketika *factor loading* $>0,5$.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas yang terdapat dalam penelitian digunakan sebagai pengukuran dari hasil data informasi penelitian secara konsisten yang akurat dan menghasilkan data yang *reliable*. Hasil dapat dinyatakan reliabilitas ketika *cronbach alpha* $>0,7$.

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis dalam penelitian dapat digunakan dalam kesimpulan untuk pengambilan keputusan secara keseluruhan terkait dengan data dan informasi yang sudah tersedia.

Uji t Parsial

Ghozali (2016) mengatakan penggunaan dari uji ini berguna untuk melihat pengaruh setiap variabel bebas dengan adanya variabel tergantung. Data yang ada dalam uji penelitian ini mengacu pada signifikan 0,05. Dapat diasumsikan sebagai berikut:

1. Jika *P Value* bernilai $<0,05$ maka kesimpulan dalam hipotesisnya akan berpengaruh signifikan.
2. Jika *P Value* bernilai $>0,05$ maka kesimpulan dalam hipotesisnya akan berpengaruh namun dalam hal ini tidak signifikan.

ANALISIS DATA

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini memiliki tujuan yang bermaksud untuk melihat perkembangan dan pengaruh terhadap kualitas produk, harga, dan rasa terhadap niat beli konsumen mengenai produk olahan makanan beku atau biasa disebut dengan *frozen food*. Responden yang dituju dalam penelitian ini adalah masyarakat yang sering melakukan pembelian pada makanan tersebut. Dalam pengumpulan data, proses yang digunakan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

adalah dengan membagikan kuesioner melalui *Google Form* dan di tujukan kepada masyarakat umum. Responden yang diperoleh dari mengisi kuesioner *Google Form* ini yaitu berjumlah 248 responden.

Pembahasan

Dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat dan mengembangkan tentang suatu kualitas produk, harga, dan rasa pada niat beli konsumen mengenai pembelian makanan beku atau biasa disebut dengan *frozen food*. Pada pembahasan ini, peneliti akan menjelaskan hasil dari pengolahan data apa saja yang telah dilakukan sebelumnya. Berikut merupakan penjelasan singkat dari setiap variabel yang ada.

Penelitian pertama yaitu tentang pengaruh kualitas terhadap minat beli konsumen. Variabel kualitas ini memiliki pengaruh positif karena signifikansi sebesar 0,000 dan itu lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang bervariasi kualitas memiliki pengaruh yang kuat bagi konsumen karena memiliki faktor penting untuk dipertimbangkan pada saat sebelum memutuskan pembelian barang. Pengaruhnya bersifat positif, dalam hal ini positif yang dimaksud adalah produk tersebut mempunyai kualitas yang baik dan sudah banyak masyarakat mengakui kebenarannya untuk memilih produk tersebut.

Penelitian kedua yaitu tentang pengaruh harga terhadap minat beli konsumen. Variabel harga ini memiliki pengaruh positif karena signifikansi sebesar 0,010. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang bervariasi harga memiliki pengaruh yang kuat bagi konsumen karena memiliki faktor penting untuk dipertimbangkan pada saat sebelum memutuskan pembelian barang. Pengaruhnya bersifat positif, dalam hal ini positif yang dimaksud adalah ketika harga suatu barang itu murah dan dinilai tidak wajar maka konsumen akan curiga dengan komponen apa

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

yang ada didalam produk tersebut, namun ketika harga juga melengkapi kualitas yang ada besar kemungkinan produk tersebut akan banyak peminat dan disukai oleh sebagian masyarakat luas.

Penelitian ketiga yaitu tentang pengaruh rasa terhadap minat beli konsumen. Variabel rasa ini memiliki pengaruh positif karena signifikansi sebesar 0,000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang bervariasi rasa memiliki pengaruh yang kuat bagi konsumen karena memiliki faktor penting untuk dipertimbangkan pada saat sebelum memutuskan pembelian barang. Pengaruhnya bersifat positif, dalam hal ini positif yang dimaksud adalah ketika rasa suatu produk lebih mendominasi harga ataupun kelebihan yang lain maka pasti minat beli masyarakat akan lebih banyak untuk produk tersebut. Untuk beberapa kalangan, rasa merupakan suatu ciri khas terpenting bagi suatu produk, maka dari itu rasa juga merupakan elemen penting untuk menentukan apakah produk tersebut dapat dikonsumsi untuk jangka waktu yang panjang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian yang ada ini dilakukan untuk menguji, menganalisis, dan mempertimbangkan apakah variabel tentang kualitas, harga, dan rasa terhadap minat beli konsumen membeli makanan beku atau *frozen food* memadai dengan situasi dan kondisi yang ada saat ini.

Berikut beberapa kesimpulan yang dapat diperoleh dalam penelitian ini yaitu:

1. Hipotesis pertama (H1), kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2. Hipotesis kedua (H2), harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

3. Hipotesis ketiga (H3), rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini:

1. Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner melalui *Google Form* sudah baik, namun bisa lebih rinci lagi apabila dengan metode wawancara. Karena situasi dan kondisi yang sedang tidak mendukung maka hanya menggunakan satu metode saja.
2. Dalam penelitian ini, peneliti hanya memilih atau meneliti tiga faktor saja. Namun sebenarnya masih banyak faktor lain yang lebih menarik untuk bisa diolah lebih rinci.

Saran

Dengan mempertimbangkan segala hal dan berdasarkan hasil penelitian, sikap konsumen untuk melakukan pembelian produk olahan makanan beku masuk dalam kategori yang cukup baik dan tinggi. Konsumen tertarik akan kemudahan dalam memasak dan meringankan segala beban dapur yang ada. Oleh sebab itu bagi para distributor penjual olahan makanan beku diusahakan untuk terus menjaga kualitas, harga, dan rasa pada produk. Apalagi jika berinovasi produk untuk bersaing satu dengan yang lain pasti akan menguntungkan bagi segala pihak yang bersangkutan.

Daftar Pustaka

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Adam B, Derrick B, Chengye D, Katy G, Nicholas R. Glavin, Christopher M, Joshua A. , Aida Ei. Two-Dimensional Materials in Biosensing and Healthcare: From In Vitro Diagnostics to Optogenetics and Beyond. *ACS Nano* 2019, 13 (9) , 9781- 9810.

Alvarez, L., Lions, P., and Morel, J. 1992. Image selective smoothing and edge detection by nonlinear diffusion. II. *SIAM Journal on Numerical Analysis*, 29(3):845–866

Asmak, A, S.TP, MP. Januari 2018 *Kesalahan Prakiraan Citarasa Berdasarkan Sifat Fisik Dapat Diperkecil Dengan Uji Seduhan*. Jember.

Department of Physics & Engineering Physics, Southeast Missouri State University, Cape Girardeau, Missouri 63701, USA

Dwi, H. Prabowo. Hidayah T. *journal.unnes*. 2015. July.

Ferrinadewi E. The Journal is published by The Institute of Research & Community Outreach.

Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37 - 44.

Gendelman, W Phelps, L Feigenbaum, J M Ostrove, A Adachi, P M Howley, G Khoury, H S Gin. *pnas.org content*. December.

Irvanto, O., & Sujana, S. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 105 - 126.

Journal of Speech, Language, and Hearing Research. Research Article 1 Jun 2003.

Kinrear, dan Taylor (dalam Fitriah, 2018:77) *Administrasibisnis Studentjournal*.

Muharor, R. Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rolade Sapi CV. Fiva Food And Meat Supply, Bekasi.

Pan, Y. Zhang, D. Yang, P. Poon LLM, Wang Q *Lancet Infect Dis*. 2020; Februari 24.

Pramudita, A. Davies. 2018 *Gaya Tempo Makanan Beku: Lebih Sehat Dari Makanan Biasa*. Jakarta.

Purnomo, H. 2012. Rekomendasi Pengembangan QWL (Quality of Work Life) berdasarkan Pengaruh QWL terhadap Kepuasan Kerja Perwata *Jurnal Administrasi*, Vol., N0. 3, Sept-Des 2012:129–136.

Ralph E. Martin. *Department of Chemical Engineering, University of Arkansas, Fayetteville, Arkansas 72701, USA*.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Santoso, I., Mustaniroh, S. A., & Pranowo, D. (2018). Keakraban Produk dan Minat Beli Frozen Food: Peran Pengetahuan Produk, Kemasan, dan Lingkungan Sosial. *Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen*, 11(2), 133-144.

Santoso, I., Mustaniroh, S. A., & Pranowo, D. (2020). Frozen Food: Peran Pengetahuan Produk, Kemasan, dan Lingkungan Sosia.

Simanjuntak, M., Utami, F. S., & Johan, I. R. (2014). Kerentanan Konsumen Dan Perilaku Pembelian Produk Makanan Kemasan. *Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen*, 8(3), 193-203.

Wagner, JP, Chung, KC. A historical report on Robert Kienbock (1871-1953) and Kienbock's disease. *J Hand Surg Am*. 2005;30(6):1117-21.

