

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya , maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Rumah Makan Bongkaran. Hal tersebut menunjukkan bahwa harga produk pada rumah makan Bongkaran sangat terjangkau oleh semua lapisan masyarakat
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Rumah makan Bongkaran. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk pada rumah makan Bongkaran sangat baik sehingga menyebabkan banyak konsumen memutuskan untuk membeli produk pada rumah makan Bongkaran.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Rumah makan Bongkaran. Hal tersebut menunjukkan bahwa pemilik rumah makan serta karyawan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen

sehingga membuat konsumen tertarik untuk melakukan pembelian produk pada rumah makan Bongkaran.

4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan Harga, Kualitas Produk dan Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Bongkaran

5.2. Saran

Berdasarkan hasil analisis data penelitian dan uraian di atas maka ada beberapa hal penting yang bisa penulis rekomendasikan kepada pemilik rumah makan Bongkaran antara lain:

1. Tetap menjaga harga produk sehingga bisa mampu bersaing dengan perusahaan lain yang memproduksi produk yang sama dan tetap menjaga konsumen sehingga tidak berpindah ke tempat lain.
2. Terus berinovasi untuk meningkatkan kualitas produk sehingga bisa memberikan kepuasan tersendiri kepada konsumen.
3. Terus berupaya untuk meningkatkan lagi pelayanan kepada konsumen sehingga bisa membuat konsumen nyaman ketika berada di tempat usaha.
4. Kepada pembaca penulis berharap tulisan ini bisa memberikan suatu informasi dan untuk menambah wawasan bagi para pembaca mengenai pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada rumah makan Bongkaran.

DAFTAR PUSTAKA

SAlma, Buchari. 2004. *Manajemen pemasaran dan pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.

Anastasia, Diana. 2001. *Total Quality Manajemen*. Edisi Revisi.

Basu, Swasta dan Ibnu Sukotjo. 2008. *Manajemen pemasaran modern*. (Edisi 2). Yogyakarta : Liberty.

Danang, Sunyoto. 2013. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung : PT. Refika Aditama Anggota Ikapi.

Engel, Blackwell, Miniard. 2012. *Perilaku Konsumen*. Tangerang : binarupa Aksara.

Gounaris, Spiros. 2010. *An Examination Of The effects of Service Quality and Satisfaction on Customers' Behavioral Intentions in e-Shoppyn*g. *Journal of Services Marketing*. Vol 24 Issue: 2, pp.142-156.

Kamus Besar bahasa Indonesia.1990. Jakarta : Balai Pustaka.

Kartajaya, Hermawan. 2007. *Markplus on Marketting The Second Generation*. PT. Gramedia Pustaka Utama.

Kolter, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium Jilid 2*. Jakarta : PT. Prenhallindo.

- Kolter, Philip. 2008. *Manajemen pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta : Indeks
- Lestari, Nurmalita. 2014. *Pengaruh Akuntabilitas Publik, Partisipasi masyarakat dan Transparansi Kebijakan Publik Terhadap Pengawasan Keuangan Daerah (APBD)*. Bandung : Jurnal.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran jasa, Teori dan prktek*. Edisi Pertama. Jakarta : Salemba Empat.
- Marcel, Davidson. 2003. *Service Quality in Concept and Theory*. Published by American Press, USA.
- Mundrajad, Kuncoro. 2013. *Mudah memahami dam menganalisa indicator Ekonomi*. Yogyakarta : UPP STIM YKPN.
- Munandar, A. S. 2010. *Psikologi Industri dan organiasi*. Jakarta ; Universitas
- Nafanu, Sirilius. 2012. *Strategi Marketing Mix*. Edisi Pertama, Penerbit Media Absolute, Yogyakarta.
- Nafanu, Sirilius. 2012. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran dan Mediasi Ekuitas Merk terhadap Keputusan Pembeli Nokia Celuler Phone Journal Ilmiah-Sains. VOL 2. P. 93-114
- Nasution, M. N, Drs. 2005. *Manajemen Mutu Terpadu (edisi 2)*. Bogor ; Ghalia Indonesia.
- Parasuraman, A Valerie. 2001. *Delivering Quality Service*, The Free Press. New york.

Segoro, Waseso. 2013. *The Influence of Perceived Services Quality, Mooring factor, and relationship Quality On Customer Satisfaction and Loyalty*.

Schiffman, leon dan Leslie Lazar kanuk. 2000. *Prilaku Konsumen. Edisi ke Tujuh*. Jakarta : PT. Indeks.

Setiadi, Nugroho J. 2010. *Prilaku Konsumen*. Cetakan 4. Edisi Revisi. Jakarta : kencana.

Stemvelt, Robert C. 2004. *Perception of service quality*. Allyn and Bacon, Massachusetts.

Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian*. Bandung : Alfabeta.

Supranto, J. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan pelanggan untuk menaikkan pangsa Pasar*. Jakarta : Rineka Cipta.

Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : BPFE.

Yamit, Zulian. 2010. *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Yogyakarta : Ekonesia.

Aryani, Dwi, & Febriana Rosinta. (2010). *Pengaruh Kualitas Layanan TerhadapKepuasan Pelangan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*.*Jurnal IlmuAtminiistrasi dan Organisasi*, Vol. 17, No. 2, Mei – Agustus 2010, Hal. 114126, ISSN: 0854-3844.

Daryanto,& I. Setyobudi. (2014). *Konsumen dan Pelayanan prima*.Yogyakarta: Gava Media.

Yesenia, M. B. (2009). *Buku Panduan Perencanaan Pemasaran, Edisi Ketiga*. (Terjemahan Benyamin Molan). Jakarta: PT. Indeks. (Edisi asli diterbitkan tahun 2008 oleh Pearson Education Inc. New Jersey Saddle River).