

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat di simpulkan sebagai berikut:

1. Dari hasil analisis pengaruh Persepsi Harga (X1) Terhadap keputusan pembelian (Y) Adalah berpengaruh positif dan signifikan. Dengan demikian maka Hipotesis pertama yang menyatakan “Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen”. Penelitian ini dilakukan oleh Anugrah Janwar Tunis dan Sopa Martina (2016), dengan judul Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Daya Tarik Iklan terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Galon Merek Aqua (Studi Kasus pada Mahasiswa di Kota Semarang).
2. Dari hasil analisis pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap keputusan pembelian (Y) Adalah berpengaruh positif dan signifikan. Dengan demikian maka Hipotesis kedua yang menyatakan “kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen”. Penelitian yang dilakukan oleh Davin Joshua dan Meta Padmalia (2016) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen”.
3. Dari hasil analisis pengaruh Kualitas Pelayanan (X3) Terhadap keputusan pembelian (Y) Adalah berpengaruh positif dan signifikan. Dengan

demikian maka Hipotesis ketiga yang menyatakan “kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen”. Penelitian yang dilakukan oleh Herry Widagdo (2011) dengan judul Analisis “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen”.

4. Dari hasil analisis pengaruh Suasana Toko (X4) Terhadap keputusan pembelian (Y) Adalah berpengaruh positif dan signifikan. Dengan demikian maka Hipotesis keempat yang menyatakan “kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen”. Penelitian yang dilakukan oleh Leonardus Manuntum (2011) dengan judul “Pengaruh Suasana Toko (*Store Atmosphere*) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen”.

B. Saran

1. Penelitian ini hanya menggunakan 4 variabel bebas yaitu persepsi harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan suasana toko. Peneliti selanjutnya diharapkan menambah ataupun menggunakan variabel bebas lainnya sehingga dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Bagi penelitian-penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan responden yang lebih banyak lagi sehingga hasil penelitian yang di peroleh lebih akurat lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri. 1999. *Manajemen produksi dan Operasi*, Edisi Revisi, Lembaga Penerbit fakultas Ekonomi Unversitas Indonesia, Jakarta.
- Ali A. H, Muhammad Wahyu; H.Djoko.w dan S Listyorini. 2013. *Pengaruh Keragaman Menu, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian. Diponegoro Journal Of Social and Politic*. Hal 1-9. <http://ejournals1.undip.ac.id/index.php/>.
- Arikunto,S. 2019. *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta: Jakarta.
- Basu Swastha dan Irawan. 1990. *Manajemen Pemasaran Modern* : Liberty. Yogyakarta.
- Berman dan Evans 2007 *Retail Management: A strategic approach* (10th ed). New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Diani, Elin Febri Firman, 2016. “*Pengaruh Suasana toko (Store Atmosphere), Kualitas pelayanan, Private Label terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret Rungkut Madya*”. Universitas Bhayangkara.
- Hahn, Fred E. 2002. *Manajemen Ritel*. Alfabeta. Bandung.
- Hawkins, Nothesbaugh dan Best (2007). *Consumer Behavior*, 10th Edision. Mc Graw Hill Australia
- J. Paul Peter dan Jerry C. Olson 2000. *Consumer Behavior Perilaku Konsumen* 2nd. ed. 4 Penerbit Erlangga: Jakarta
- Kotler. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I, PT Prehalindo: Jakarta.
- Kotler. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Jilid 2. Edisi Bahasa Indonesia. Penerbit Indeks: Jakarta.
- Kotler dan Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran jilid 1 dan 2 Edisi 12* Erlangga: Jakarta.
- Kotler,Philip,*Manajemen Pemasaran*. Macanan Jaya Cemerlang. 2009 :Indonesia, Jakarta
- Kotler dan Gary Armstrong. 2010. “*Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*” (*Studi Kasus pada Toko Henny Jalan Daleum Kaum Pasar Kota Kembang Bandung*).
- Kotler, Phillip dan Keller, Kevin. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 14 Jilid 1. Erlangga. Jakarta.

- Kotler, Phillip dan Armstrong, Gary. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Lupiyoadi, 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Moenir. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Gramedia pustaka utama, Jakarta.
- Maretha dan Kuncoro. 2011. *Pengaruh Store Atmosphere dan Store Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Buku Gramedia Pondok Indah Mall*.
- Nafanu Sirilius. 2012. *Strategi Marketing Mix*. Edisi Pertama. Absolute Media. Yogyakarta.
- Orville, Larreche, dan Boyd. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga: Jakarta.
- Philip Kotler. 2002. *Manajemen Pemasaran*, Prenhallindo: Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2008. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Umum. Jakarta.
- Sugiyono. 1997. *Metedologi Penelitian Dalam Teori Dan Praktek*. PT Rineka Cipta: Jakarta.
- Stanton. 1998. *Prinsip Pemasaran*. Edisi 9. Erlangga: Jakarta.
- Suwandi, Imam M. 2007. *Seri Manajemen Pemasaran*. www.oecconomicus.files.wordpress.com. Diakses tanggal 16 Januari 2012.
- Simamora. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi III. STIE YPKN. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2000. *Metode Penelitian Bisnis*, CV. Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Eidos: Bandung.
- Sinambela. 2007. *Reformasi Pelayanan Publik (Teori, Kebijakan dan Implementasi)*. Bumi Aksara: Jakarta.
- Schiffman dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua, PT.Indeks Gramedia: Jakarta.
- Tjiptono. 2000. Dalam Rezka 2011. *Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di My Minikarket Suangailiat*.
- Tjiptono. 2004. *Manajemen Jasa*, Edisi Pertama, Andi Ofiset: Yogyakarta.

Windoyo, 2009. Dalam Yusuf 2011 “*Persepsi Konsumen Mengenai Lokasi, Harga dan atmosphere Toko serta Kontribusinya Terhadap Keputusan Pembelian*”(Studi Kasus Pada Konsumen UD. Wunguan Jaya Jember)