

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

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

1. Kepercayaan ( $X_1$ ) berpengaruh positif terhadap Minat Beli Konsumen (Y) pada Toko Rotiku Atambua. Hal ini dibuktikan dari koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,290 dan nilai R dalam penelitian ini sebesar 0,402 yang berhubungan cukup kuat, nilai  $R^2$  sebesar 0,362 dan juga nilai t hitung yang lebih besar dari nilai t tabel ( $3,999 > 1,662$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  besar pengaruhnya.
2. Inovasi Produk ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap Minat Beli Konsumen (Y) pada Toko Rotiku Atambua. Hal ini dibuktikan dari koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,340 dan nilai R dalam penelitian ini sebesar 0,593 yang berhubungan cukup kuat, nilai  $R^2$  sebesar 0,486 dan juga nilai t hitung yang lebih besar dari nilai t tabel ( $2,791 > 1,662$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,007 < 0,05$  besar pengaruhnya.
3. Strategi Pemasaran ( $X_3$ ) berpengaruh positif terhadap Minat Beli Konsumen (Y) pada Toko Rotiku Atambua. Hal ini dibuktikan dari koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,262 dan nilai R dalam penelitian ini sebesar 0,427 yang berhubungan cukup kuat, nilai  $R^2$  sebesar 0,407 dan juga nilai t

hitung yang lebih besar dari nilai t tabel ( $3,152 > 1,682$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,002 < 0,05$  besar pengaruhnya.

4. Kepercayaan ( $X_1$ ), Inovasi Produk ( $X_2$ ) dan Strategi Pemasaran ( $X_3$ ), Secara Simultan berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen (Y) pada Toko Rotiku Atambua. Hal ini dibuktikan dari nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}(7,862 > 2,72)$ , dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis data penelitian dan uraian diatas maka ada beberapa hal penting yang bisa penulis rekomendasikan kepada pihak Toko Rotiku Atambua antara lain:

1. Disarankan kepada pihak manajemen Toko Rotiku Atambua, untuk terus meningkatkan kualitas produk agar konsumen semakin percaya akan hasil produk yang di beli, tingkatkan kreatifitas dan menciptakan produk baru agar dapat menarik lebih banyak konsumen serta strategi pemasaran yang lebih baik memperluas pangsa pasar agar lebih banyak lagi yang mengenal produk Rotiku.
2. Disarankan kepada pihak lain yang tertarik melakukan penelitian yang sama di harapkan mengambil variabel yang belum di ambil dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdjul, Rahayu and Agus Supandi Soegoto Djurwati Soepeno. 2018. *Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kosmetik VIVA*.
- Afianto, Izaz Dany dan Utami, Hamidah Nayati. 2017. *Pengaruh Disiplin Kerja Dan Komunikasi Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Dan Kinerja Karyawan (Studi Pada Karyawan Divisi Marketing PT. Victory International Futures Kota Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 50 No. 6 September 2017.
- AG,Suyono. Sri Sukmawati, Pramono. 2012. *Pertimbangan Dalam Membeli Produk, Barang Maupun Jasa*. Intidayu Press. Jakarta.
- Akmaliah, Nur. 2020. *Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Minat Beli Konsumen Konveksi Kaosta*. Parepare
- Amsyah, Zulkifli. 2005, *Manajemen Sistem Informasi*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Penerbit Prenhalindo. Jakarta.
- Anatan, Lina dan Ellitan, Lena . 2009. *Manajemen Inovasi (Transformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia)*. Penerbit, CV. Alfabeta Bandung.
- Ashari, Purbayu Budi dan Santosa. 2005 *Analisis Statistik dengan Microsoft Axcel & SPSS*. Yogyakarta. :Andi Offset.
- Ayunda. "Inovasi produk pengertian tujuan fungsi manfaatnya dalam pengembangan dalam bisnis." february 11, 2021.
- Bayu Anggara. 2019. *Pengaruh Kepercayaan, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan PT. JNE (Studi Kasus pada PT. JNE Cikarang Barat, Bekasi)*, Universitas Pelita Bangsa.
- Boone, Louis E. Kurtz, David L. 2008. *Pengantar Bisnis Kontemporer*, buku 1. Salemba Empat. Jakarta.
- Cannon, Joseph P, William D.P dan Jerome McCarthy. 2008. *Pendekatan Manajerial Global*. Buku II. Edisi 16. Jakarta: Salemba Empat.
- Crawford, M. & Benedetto, A.D. (2008). *New product management (9th ed.)*. New York: Mcgraw-hill.

- Epi, Indriani. (2013), *Akuntansi Untuk Orang Awam& Pemula*, Jakarta : Dunia Cerdas
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Offset.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi ketujuh. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guilford, J.P. 1956. *Fundamental Statistic in Psychology and Education*. 3rd Ed. New York: McGraw-Hill Book Company, Inc.
- Hamdani, R. L.-A. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa*. salemba empat, Jakarta.
- Hariani. 2013. *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Gas LPG Di Desa Rambah Utama*. Riau: Universitas Pasir Pengaraian.
- Irawan, Handi. 2004. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Kelima. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Ivancevich, Lorenzi, Skinner, dan Crosby. 2000. *Manajemen Kualitas dan Kompetitif*. Terjemahan Mohammad Musa. Fajar Agung. Jakarta.
- Julianti, Lu Ni. 2014. *Pengaruh suasana toko (store atmosphere) terhadap minat beli konsumen pada toserba nusa permai di kecamatan nusa padina*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. Volume 4 : No: 1 Tahun 2014.
- Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran* Edisi 12 Jilid 2. Indeks : Jakarta.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran (Marketing Management)*. Edisi. 13. U.S.A: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Ketiga. Belas. Jilid 2 Terjemahan oleh BOB Sabran MM: Penerbit Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2014. *Buku Prinsip Prinsip Pemasaran By Philip Kotler Gary. Armstrong* Edisi 12 Jilid I&2. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Laporan Kinerja Kementerian Perindustrian*. Tahun 2016.
- Laporan Penjualan UMKM Ralalii*. 2020. Kota Yogyakarta.

- Maharani, Astri Dhiah. 2010. *Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Syariah Cabang Semarang (Skripsi)*, Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Mursid, M, Drs. (2014). *Managemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara
- Nafanu, Sirilius. 2012. *Strategi marketing mix*. Edisi pertama, Absolute Media, Yogyakarta.
- Peter, J Paul dan Olson, Jerry C. 2014. *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Edisi. Sembilan. Buku 2. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Perwira, Riski Adi.2017. *Pengaruh Kepercayaan, Harga, dan Kemudahan terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Online Kota Yogyakarta*. Universitas PGRI
- Prasetyo D. & Irwansyah. 2020. *Memahami Masyarakat Dan Perspektifnya*. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 163–175. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v1i1.253>
- Prasetyo, B. D., Febriani, N. S., Asmara, W. W., Tamitiadini, D. D., Destrity, N. A., Amalia Avina, D. A., & Illahi, A. K. 2018. *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru)*. Malang: UB Press.
- Priansa, Juni, Doni. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Komptemporer*. Bandung : Alfabeta
- Santosa, Gempur. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Gramedia. Jakarta.
- Setiadi, Nugroho J. 2013. *Perilaku Konsumen. Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Stanton, William J., 1993, *Prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Edisi ketujuh, terjemahan. Jakarta: Bumi Aksara.
- Supryanti, Darham, dan Herawati. 2017. *Analisis Pengaruh Promosi dan Inovasi Terhadap Keputusan Produk Pabrik Bungo Pada Rumah Batik Vinto Maura Bungo*. *Jurnal EKOBISTEK Fakultas Ekonomi*.
- Seran, Sirilius. 2011. *Metodelogi Penelitian Sosial dan Ekonomi-Edisi Ke 1*. Gita Kasih. Kupang.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2009. *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta. Bandung.

- Sugiyono. 2011. *Metode penelitian administrasi dengan metode R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- <https://massugiyantojambi.wordpress.com/2011/04/15/teori-motivasi/>
- Suharno & Yudi Sutarso. 2010. *Marketing in Practice*. Yogyakarta.Graha Ilmu.
- Suherman, Erman, dkk. 2003. *Strategi Pembelajaran Matematika Kontemporer*. Bandung.PT Remaja Rosdakarya.
- Surakhmad. 1994. *Metodologi Research Dasar, Metode dan Teknik*. Bandung.Tarsito.
- Sukirno, Sadono. 2011. *Makro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*. Jakarta. Rajawali. Pers.
- Swastha, Basu. 2002.*Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Penerbit Liberty. Jakarta.
- Swastha, Basu. dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja grafindo Persada.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa, Edisi Pertama*, Yogyakarta, Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi III, Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi. 2. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Service, Quality Satisfaction*. Jogjakarta: Andi.
- Yulindo. (2013), *Pengaruh Atribut-atribut produk terhadap Keputusan Pembelian Green Product Cosmetics Sariayu Martha Tilaar*. Jurnal Manajemen Vol 2, No 01 (2013)