

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Pada Toko Sinar Mulia Desa Weoe Kecamatan Wewiku Kabupaten Malaka yang ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 14,013 lebih besar dari t_{tabel} 1,672 dengan tingkat signifikansi besar 0,000 lebih kecil alpha 0,05
2. Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa secara parsial kualitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Pada Toko Sinar Mulia Desa Weoe Kecamatan Wewiku Kabupaten Malaka yang ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 8,448 lebih besar dari t_{tabel} 1,672 dengan tingkat signifikansi besar 0,000 lebih kecil alpha 0,05
3. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa secara simultan harga dan kualitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Pada Toko Sinar Mulia Desa Weoe Kecamatan Wewiku Kabupaten Malaka yang ditunjukkan dengan nilai F sebesar 98,470 lebih

besar dari F_{tabel} 3,16 dengan tingkat signifikansi besar 0,000 lebih kecil alpha 0,05

5.2. Saran

Berdasarkan hasil analisis data penelitian dan uraian di atas maka ada beberapa hal penting yang bisa penulis rekomendasikan kepada Toko Sinar Mulia Desa Weoe Kecamatan Wewiku Kabupaten Malaka antara lain:

1. Pemilik Toko Sinar Mulia harus tetap menjaga harga beras sehingga bisa dijangkau oleh konsumen dan banyaknya uang yang dikeluarkan oleh konsumen untuk membeli beras diharapkan sesuai dengan manfaat yang diperoleh sehingga nantinya konsumen terus melakukan pembelian serta bisa meromendasikan kepada orang lain
2. Pemilik Toko Sinar Mulia harus tetap menjaga kualitas beras sehingga konsumen terus merasa puas dan ingin melakukan pembelian secara terus menerus.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, & Tjiptono. (2012). *pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian*. jakarta.
- Agustina Shinta. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Universitas Brawijaya Press. Malang.
- Buchari Alma, (2011), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan Kesembelian*, Alfabeth, Bandung
- Fatmawati, Rossa Amalia. 2014. *Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran Pada Warung Kucingan/Angkringan Di Kota Semarang*. Universitas Diponegoro
- Kismono, G. (2011). *Pengantar Bisnis*. Edisi-2. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium diterjemahkan Benyamin Molan: PT. Prenhallindo: Jakarta.
- Kotler, 2002. *Manajemen Pemasaran*. Budi Wahyono, Jakarta.
- Kotler, dan Kelller. (2012) *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Erlangga Jakarta
- Kotler, Philip (2009), *Manajemen Pemasaran*. Indeks, Jakarta
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Ketiga belas. Jakarta: Erlangga
- Priyanto, 2013. *Analisis Korelasi Regresi dan Multivariate dengan SPSS*. Jesica Monica Reppi. Yogyakarta
- Schiffman and Lazar Kanuk, 2000, *Costumer Behavior*, Internasional Edition, Prentice Hall
- Subianto, Totok. (2007). *Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian*, Jurnal Ekonomi Modernisasi,
- Sugiyono, 2003, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA

- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Bumi Aksara. Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Bumi Aksara. Yogyakarta
Vol. 3, No. 3.
- Wilangitan, Dkk, 2015. *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Astra Internasional Daihatsu Manado*. Volume 3, Nomor 1 Maret 2015.