

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh Harga , Garansi , Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada CV HARTZ Surabaya” maka, dapat disimpulkan:

1. Hasil penelitian menyatakan bahwa hipotesis pertama, yaitu Harga tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Hipotesis pertama ditolak karena Harga produk dari perusahaan Furniture semua hampir setara tidak ada perbedaan.
2. Hasil penelitian menyatakan bahwa hipotesis kedua, yaitu Garansi tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Hipotesis kedua ini ditolak karena adanya pemahaman bahwa melakukan servis pada masa garansi kurang mendapatkan pelayanan yang memuaskan karena pada masa garansi tidak membayar. Sehingga konsumen enggan memanfaatkan kartu garansi.
3. Hasil penelitian menunjukkan, bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Hipotesis ke tiga diterima artinya Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis penelitian, menurut pendapat peneliti Kualitas produk sangat di prioritaskan karena dengan harga yang cukup premium maka kualitas pasti terjamin dan kuat.

5.2 Saran

Berdasarkan Simpulan yang telah ditetapkan dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan dari hasil penelitian dari variabel independent Harga (X1), Garansi (X2), dan Kualitas Produk (X3) yang berpengaruh adalah variabel Kualitas Produk (X3), maka peneliti sarankan CV HARTZ Surabaya diharapkan lebih memperhatikan variabel Kualitas Produk (X3), Peningkatan Kualitas Produk berupa Triplek yang



lebih kokoh, Spare Part yang tahan lama supaya tetap bisa mempertahankan ,meningkatkan dan mempengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli produk CV HARTZ Surabaya.

2. Dari hasil penelitan juga disarankan untuk penelitan di CV HARTZ Surabaya selanjutnya,agar dapat mengambil variabel lain diluar variabel yang sudah ada pada penelitian ini. Pengaruh dari ke tiga variabel Harga (X1), Garansi (X2) dan Kualitas Produk (X3) terhadap keputusan Pembelian di CV HARTZ Surabaya, termasuk dalam kategori rendah sehigga peneliti lainnya diharapkan menambahkan atau memperkaya pengambilan variabel.



DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofian, 2014. *Operational Strategic (Lean Operation Process)*, Edisi 1, Cetakan Ke-1, Rajawali Pers, Jakarta.
- Bukhori, Mohamad. 2009. Analisis variabel atribut produk yang mempengaruhi keputusan pembelian handphonesony ericson pada mahasiswa STIE Asia Malang. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Asia*, 4(1): pp: 14-7
- Durianto,Darmadi & Liana,Cecilia. 2004. Analisis efektifitas iklan televisi “Softener Soft & Fresh” di Jakarta dan sekitarnya menggunakan consumer decision model. *Jurnal ekonomi perusahaan* : Vol 11 no 1 ISSN:0854 – 8153
- Dessy Amelia Fristiana, Apriatni Endang Prihatini, Sari Listyorini. 2012. Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ramai Swalayan Peterongan Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 1, no. 2, pp. 118-127
- Ferdinand, Augusty. 2002. *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, Indriyo, 2012. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua, Cetakan Kedua, BPFE, Yogyakarta.
- Ghozali, Imam, 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19*”, Edisi 5 Cetakan V, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Giardo Permadi Putra, Zainul Arifin, Sunarti “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol. 48 No.1 Juli 2017.
- Ipa Audina Br Harahap S, Wahyu Hidayat “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Masker Wajah Mustika Ratu” *Skripsi Departemen Administrasi Bisnis*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro,



Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran Analisa, Perencanaan, Implementasi, dan Kegunaan*. Edisi 8. Salemba Empat. Jakarta.

Kotler, Philip. dan Gary Armstrong 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 1, Erlangga, Jakarta

_____. 2012. *Prinsip Prinsip Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 Jakarta: Erlangga.

_____. 2014. *Prinsip-prinsip Manajemen*. Edisi 14. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

_____. Dan Kevin Lane Keller, .2016. *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc

Kodu, Sarini .2013. “Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza” *Jurnal EMBA* 1251 Vol.1 No.3 September 2013

Laksana, Fajar, 2008. *Manajemen Pemasaran (Pendekatan Praktis)*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta.

Machfoedz, Ircham.2013. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Fitramaya.

Mursid, M, 2010. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Pertama, Cetakan Ke-6 BUMI ASKARA, Jakarta.

Mohammad Chafizh Maulana Lubis, 2014. Pengaruh Kualitas Produk Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Green Cake & Coffee Di Bandung. *Skripsi Fakultas Bisnis Dan Manajemen Universitas Widyatama*

Nitisusastro, Mulyadi, 2013. *Perilaku Konsumen (Dalam Prespektif Kewirausahaan)*, Cetakan Kedua, ALFABETA, Bandung.

Oentoro, Deliyanti, 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*, Cetakan Pertama, LaksBang PRESSindo, Yogyakarta.



Putu Agus Wira putra, Ni Ketut Seminari “Pengaruh Fitur, Layanan Pelengkap Dan Garansi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone” *Skripsi* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia

Shiffman dan Kanuk. 2000. *Consumer Behavior*. Fifth Edition. New Jersey: Prentice-Hall.inc.
 _____ .2007. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks

Supranto, Johannes dan Nandan Limakrisna, 2011. *Pemasaran untuk Pemimpin Sektor Publik dan Organisasi Nirlabu yang Visioner*, Jilid 1, Salemba Empat, Jakarta.

Sunyoto, Danang, 2013. *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk Mengenal Konsumen)*, Cetakan Pertama, CAPS, Yogyakarta.

Sifa, Nurkhin. 2016. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga, dan Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha Siswa siswa kelas XI Program Keahlian Akutansi SMK Negeri 9 Semarang. *Economic Education Analysis Journal*. Universitas Negeri Semarang, Indonesia.

Setiaji, Gunawan 2017. Pengaruh Garansi Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Di Kota Solo. *Skripsi* Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Shafayet Ullah, G.M. 2011. Effect of Warranty on Purchase Decision of Electronic Products: An Empirical Research from the Perspective of Bangladesh. *Industrial Engineering Letters*. ISSN 2225-0581, 1(1) pp:11-25.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.

_____. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

_____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.

Tjiptono, Fandy 2006. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.

_____. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi III, Yogyakarta ANDI

_____, *Manajemen Jasa*. Yogyakarta, Andi Offset, 2010.

_____ dan Gregorius Chandra, 2012. *Pemasaran Global (Konteks Offline & Online)*, Edisi 1, Cetakan Pertama, UPP STIM YKPN, Yogyakarta.

