

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Freon Di CV.GalaxyAndromeda Mulyosari Surabaya” maka, dapat disimpulkan:

1. Variabel Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian dikarenakan konsumen yang membeli freon di CV.GalaxyAndromeda berprofesi sebagai teknisi AC sehingga dalam melakukan pembelian freon tidak terlalu mementingkan kualitas produk dari freon tersebut dikarenakan ada anggapan pembelian dalam memutuskan pembelian freon di CV.GalaxyAndromeda tidak melihat dari kualitas produk tapi dari segi harganya, karena kualitas produk freon di CV.GalaxyAndromeda dianggap sama kualitasnya dengan tempat lain.
2. Variabel Harga berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian dikarenakan dikarenakan harga freon yang ditawarkan oleh CV.GalaxyAndromeda terjangkau oleh berbagai kalangan dan dapat bersaing dengan harga pasaran. Pembelian dalam memutuskan pembelian freon di CV.GalaxyAndromeda melihat : harga terjangkau, harga bersaing, sesuai kualitas dan sesuai manfaat.
3. Variabel Lokasi tidak berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian dikarenakan pembelian dalam memutuskan pembelian freon di

4. CV.GalaxyAndromeda tidak melihat lokasi namun yang dilihat adalah harganya, karena pembelian hanya membutuhkan waktu yang singkat untuk membeli di CV.GalaxyAndromeda.

5.2 Saran

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

1. Kualitas Produk (X1) sebaiknya dipertahankan sehingga tetap dinilai sama.
2. Diharapkan pihak CV.GalaxyAndromeda dapat mengevaluasi kembali strategi harga yang dilakukan. Seperti memberi diskon untuk konsumen yang berbelanja yang membeli ke dua kalinya akan mendapatkan potongan 3% atau partai.
3. Lokasi (X3) karena tidak berpengaruh maka dianggap tetap seperti saat ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2016. *Manajemen Pemasaran*, Permata Buku Yogyakarta
- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan Kesembelian, Alfabeta:Bandung.
- Aprisal, Dede. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Great Store Samarinda, *Jurnal Adimistrasi dan Bisnis*, Vol.1, Agustus 2017
- Arcana, Nyoman. 2009. *Pengantar Statistik II untuk Ekonomi Bagian Inferensial*, Surabaya: Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- Assauri, Sofjan. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo
- Danang, Sunyoto. 2013. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Ferdinand, Augusty. 2013. *Metode Penulisan Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hariadi, Doni. 2017. Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Projector Microvision. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 1 No.1. 67-87
- Heizer, Jay dan Barry Render. (2015), *Operations Management (Manajemen Operasi)*, ed.11, Penerjemah: Dwi anoegrah wati S dan Indra Almahdy, Salemba empat, Jakarta.
- Hendra, Fure, 2013.Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli pada Pasar Traditional Bersehati Calaca, *Jurnal EMBA*, Vol.1 No.3. 273-283.
- <https://www.bisnisUKM.com/2019/10/18/strategi-meningkatkan-kepuasan-Pelanggan/> (Di akses pada tanggal 10 november 2019)
- <https://www.cpssoft.com/2019/10/18/Manajemen/Penjelasan-lengkap-perilaku-konsumen/> (Diakses pada tanggal 10 november 2019)

Kotler, Philip dan Gerry Armstrong, 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 Erlangga: Jakarta.

—————dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta:PT.Indeks.

Luhpyioadi, Rambat dan A. Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.

Malau, Herman. 2017. *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era ModernisasiGlobal*. Bandung: Alfabeta

Maramis, Freekley Steyfli, Jantje L Sepang dan Agus Supandi Soegoto. 2018. *Jurnal EMBA* Vol.6 No.3 Hal 1658-1667.

Mimi, SA. 2015, Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Ranch Market | *Jurnal Ekonomi* Volume XX, Nomor 01. 89- 102.

Muanas, Ahmad. 2014, Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Buana Indomobil Trada, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Vol. 3 NO. 12. 141- 153

Nitisusastro, Mulyadi. 2013, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Alfabeta, Bandung

Oktavenia.K.A.R., dan I Gusti Agung K.S.R.A. 2019. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud* , Vol. 8, No 3, 2019: 1374- 1400

Peter, Paul J. dan Jerry C. Olson. 2014. *Consumer Behavior : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Buku 2, ed. 9, Alih bahasa : Damos Sihombing, Jakarta: Erlangga



Prihatini, Chanifah Widha. 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Ikan Bakar Seafood Genteng Besar. *Jurnal Tata Niaga* Vol 3, No 3. 1-11.

Priyatno, Duwi. 2013. *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendarasan*. Gaya Media, Yogyakarta.

Rahmadani, Refika dan Febryandhie Ananda. 2018. Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Shop Tokopedia. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP

Riduwan, Sunarto. 2011. *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi, dan Bisnis*. Cetakan Ke-4 Bandung: Alfabeta.

Silalahi, Ulber. 2012. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.

Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D*, Dede Pustaka, Jakarta.

Sunarto. 2015. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Kerajinan Kulit Kartika Magetan. *Jurnal Equilibrium* Vol. 3 No. 2.

Swastha, Basu. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Cetakan Kedelapan. Jakarta:Liberty.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: CV.Andi Offset

_____. 2015. *Strategi Pemasaran* (edisi 4). Yogyakarta: ANDI.

Wafirotul, Nian Fitria. 2018. Pengaruh Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di BMT Surya Abadi Jenangan Ponorogo. *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

Wibowo, Arif. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Umum Bus Trans Jogja Terhadap Kepuasan Konsumen*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol (11/2), 67-81.

Widyasari, Suzy dan Erna T Fifilia. 2016. Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah (Studi Pada Perumahan Graha Estetika Semarang). *Jurnal Ilmiah Telaah Manajemen*, Vol. I, 159-169.

Zulkifli. 2015. Kebijakan Harga Dalam Hubungannya Dengan Pengambilan Keputusan Pembelian Suatu Produk, *Jurnal Adminika*, Vol (1/1), 43-51.