

BAB 5

PENUTUP

5.1 Simpulan

Hasil dari penelitian ini maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Sika pada PT Adya Mandala Persada Surabaya. Adapun faktor yang membuat Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian menurut responden adalah kualitas produk Sika dianggap semua sama saja dimana produk bahan bangunan nomor satu dengan bahan yang membuat bangunan kokoh. PT Adya Mandala Persada Surabaya telah menjadi distributor kepercayaan konsumen sehingga kualitas produk tidak perlu diragukan lagi.
2. Variabel Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Sika pada PT Adya Mandala Persada Surabaya. Adapun faktor yang membuat Harga tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian menurut responden, harga produk yang ditawarkan tidak diperhatikan oleh konsumen. Selain itu produk Sika dapat bersaing dengan produk lain karena semua kembali lagi sesuai dengan manfaat dan fungsi yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan konsumen terutama pada solusi bangunan.
3. Variabel Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Sika pada PT Adya Mandala Persada Surabaya. Adapun faktor yang membuat promosi berpengaruh terhadap Keputusan pembelian menurut responden kegiatan informasi atau penjualan pribadi dimana sales berkeliling ke setiap toko untuk



melakukan penyebaran luas dari produk Sika tersebut. Selain itu responden juga mengetahui produk Sika melalui media cetak yang dibagikan oleh sales distributor dan juga setiap responden akan mendapatkan katalog untuk kejelasan lebih detail apa yang menjadi keunggulan dan fungsi masing-masing dalam kebutuhan solusi bangunan dari atap sampai lantai.

4. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Sika pada PT Adya Mandala Persada Surabaya. Adapun faktor yang membuat kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian menurut responden memilih PT Adya Mandala Persada dikarenakan kinerja karyawan dapat melayani sangat baik, bagus dan selalu memahami apa yang diinginkan dari setiap kebutuhan konsumen pada solusi bangunan dan juga barang yang dikirim dapat diterima dengan kondisi baik..
5. Variabel Distribusi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Sika pada PT Adya Mandala Persada Surabaya. Adapun faktor yang membuat distribusi berpengaruh terhadap Keputusan pembelian menurut responden memilih PT Adya Mandala Persada dikarenakan pelayanan pengiriman barang dikirim cepat dan tepat waktu tanpa harus menunggu waktu yang lama untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka ada beberapa saran sebagai berikut :



1. Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian PT Adya Mandala Persada Surabaya
 - a. Peneliti dapat melakukan penelitian kembali dengan menggunakan citra merek, apabila ingin melakukan penelitian dengan variabel dependen Keputusan Pembelian.
 - b. Peneliti jika ingin meneliti variabel independen dan variabel dependen yang sama sebaiknya melakukan penggantian objek atau sampel maupun kuisioner yang memungkinkan penambahan informasi mengenai perbedaan hasil penelitian
2. Bagi Perusahaan PT Adya Mandala Persada Surabaya :
 - a. Kebijakan pada variabel kualitas produk apabila ingin meningkatkan keinginan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian dan meningkatkan penjualan produk Sika pada PT Adya Mandala Persada dapat memperhatikan dari segi pengontrolan kualitas produk Sika yang akan dijual, sebelum diterima atau digunakan oleh konsumen.
 - b. Kebijakan pada variabel harga apabila ingin meningkatkan keinginan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian, PT Adya Mandala Persada dapat memperhatikan dari segi harga yang dibuat atau dijual agar lebih kompetitif dengan baik lagi terutama pada produk yang sejenis maupun dari distributor lain.
 - c. Kebijakan pada variabel promosi apabila ingin tetap dipertahankan keinginan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian, PT Adya Mandala Persada dapat melakukan dengan cara penambahan promo gift



setiap bulan atau 3 (tiga) bulan sekali kepada konsumen PT Adya Mandala Persada Surabaya sebagai bagian dari promosi agar konsumen dapat bertambah dan loyalitas untuk melakukan keputusan pembelian.

- d. Kebijakan pada variabel kualitas pelayanan apabila ingin tetap dipertahankan keinginan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian, PT Adya Mandala Persada untuk karyawan sebaiknya diberikan pelatihan atau *training* 1 (satu) tahun sekali untuk penyegaran kembali materi mengenai pengembangan dalam melakukan standart pelayanan seperti komunikasi dengan cepat, tanggap dan ramah kepada konsumen baik secara langsung (*end user*), toko tradisional dan konsumen via *online*.
- e. Kebijakan pada variabel distribusi apabila ingin tetap dipertahankan keinginan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian, PT Adya Mandala Persada Pada produk Sika dapat dikenal lebih luas lagi dan diharapkan juga bisa tersedia disetiap toko-toko bangunan. Untuk pengaturan rute pengiriman lebih tertata lagi agar barang pesanan konsumen dapat diterima dengan cepat dan kondisi baik. Bagian karyawan *purchasing* untuk melakukan penginformasian akan memperoleh suatu produk Sika dari pabrik dengan cepat terhadap ketersediaan produk untuk memenuhi kebutuhan dikantor distributor sebagai penjualan sales dan tidak lupa akan memperhatikan selalu untuk *expired date*.



DAFTAR PUSTAKA

- Ababil; R., F., Muttaqien dan Nawangsih., 2019, Analisis Kualitas Produk, *Word Of Mouth*, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Merek Senduro Coffee, *Jurnal Progress Coference*, 2: 572-581
- Assauri, S., 2015, *Manajemen Pemasaran*, Rajawali Perseda, Jakarta
- Alma, B, 2013, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung
- Adrian, 2018, Dampak Promosi, Brand Awareness dan Pemilihan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Sakit Kepala, *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*, 3 (2): 165-174
- Adiputra, Y.R. dan I. Khasanah, 2016, Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Presepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Asuransi Jiwa (Studi Pada AJB Bumiputera 1912 Cabang Cibinong), *Diponegoro Journal Of Management*, 5 (2): 1-10
- Asy'ari, A.H., 2017, Pengaruh Distribusi, Layanan Purna Jual, Citra Merek dan Fanatisme Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Toyota Di Banjarmasin, *Jurnal KINDAI*, 13 (4): 301-311
- Bahtiar, A. dan E. Rahardja., 2017, Pengaruh Band Equity, Harga dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian VAPE (Studi Pada Vape Store 5Time), *Diponegoro Journal Of Management*, 6 (4): 1-10
- Chandra, A.P. dan T. Santoso., 2019, Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Outlet Mini Melts Surabaya, *Agora*, 7 (1): 1-5.
- Citra, Elisa Sulistia Permata, 2020, Keputusan Pembelian Minuman Yakult Ditinjau Dari Distribusi, Diferensiasi, Gaya Hidup, Dan Kualitas Produk, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 3 (2): 219-231
- Deny, Septian, 2019, Menperin: Industri di RI Berkembang Pesat dalam 10 Tahun Terakhir (<https://www.liputan6.com/bisnis/read/3980293/menperin-industri-di-ri-berkembang-pesat-dalam-10-tahun-terakhir>), diakses 15 September 2020; pk 19.20
- Ferdinand, A., 2014, *Metode Penelitian Manajemen Edisi Kelima*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.



- Fernado, M.F. dan N.M.A. Aksari., 2018, Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toto di Kota Denpasar, *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7 (1): 441-469
- Fikri, M.E, 2018, Analisis Citra Merek, Harga, Distribusi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sunlight Oleh Konsumen Rumah Tangga di Kota Medan (Studi Kasus di Kecamatan Medan Polonia), *Jurnal Manajemen Tools*, 10 (2): 109-124
- Ghozali, I., 2013, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program*, Edisi 7, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gitosudarmo, I., 2014, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua, BPFE, Yogyakarta.
- Handoko, 2013, *Manajemen, Edisi Kedua, Cetakan Ketiga belas*, BPFE, Yogyakarta
- Heikal, M., 2017, Pengaruh Citra Merek Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Harian Waspada Medan, *Journal Of Economic Management dan Business*, 18 (1): 51-65
- Hermawan, A., 2013, *Komunikasi Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Herlambang, 2014, *Basic Marketing (Dasar-dasar Pemasaran)*, Gosyen Publishing, Yogyakarta.
- Hoyer, W. D dan D. J. MacInnis, 2010, *Consumer Behavior*, South Western Cengage Learning, USA.
- Kismono, G. 2011, *Bisnis Pengantar*, Edisi Kedua, BPFE, Yogyakarta
- Kurniawan, A. R., 2014, *Total Marketing*, Kobis, Yogyakarta
- Kotler, P dan G. Amstrong, 2016, *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P dan K. L Keller., 2016, *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education Limited.
- _____, 2012, *Manajemen Pemasaran*, PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta
- Lianardi W. dan S. Chandra, 2019, Analisis Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Swalayan Juni Pekanbaru, *Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis*, 4 (1): 45-58
- Lupiyoadi, R., 2013, *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, Edisi 3, Salemba Empat, Jakarta.



- Maupa; Haris, N. Kadir dan Sulbiah, 2019, Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse di Makassar, *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Informatika*, 16 (2): 135-168.
- Mandey, J. B., 2013, Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild, *Jurnal EMBA*, 1 (4): 95 – 104.
- Manap, A., 2016, *Revolusi Manajemen Pemasaran*, Mitra Wacana Media, Jakarta
- Nasution dan Yasin, 2014, Pengaruh promosi dan harga terhadap minat beli perumahan obama PT Nailah Kurnia Sei Mencirm Medan, ISSN1693-7619. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 14 (2): 135-143.
- Nasution; A. Efendy, L.P., Putri dan Muhammad T. L., 2019, Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan, *Jurnal UMSU*, 1 (1): 165-173
- Nurhayati, S., 2017, Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Yogyakarta, *JMBA*, 4 (2): 60-69
- Oentoro, D., 2012, *Manajemen Pemasaran Modern Cetakan Pertama*, LaksBang Pressindo, Yogyakarta.
- Putri, M.A. dan Rosmiyani, 2018, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Saluran Distribusi Usaha Kecil Menengah (UKM) Survei Pada Kue Bangkit “Syempana” di Kota Pekanbaru, *Jurnal Valuta*, 4 (2): 116-137
- PT Adya Mandala Persada, 2020, Tentang Kami, [http://www.pt.amp.co.id/page/view/4 tentang kami](http://www.pt.amp.co.id/page/view/4_tentang_kami), (Diakses Tanggal 15 September 2020 : Pk. 19.20)
- Rangkuti, F., 2010, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Rusydi, 2017, *Costumer Excellence*, Gosyen Publishing, Yogyakarta.
- Sudaryono, 2016, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Santoso, I., 2016, Peran Kualitas Produk dan Layanan, Harga dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen, *Jurnal Manajemen Teknologi*, 15 (1):94-109.
- Schiffman, L., dan L. L. Kanuk., 2011, *Consumer Behavior*, Pearson.
- Shinta, A., 2011, *Manajemen Pemasaran*, Malang, UB Press.



- Sugiyono, 2018, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Suharno dan Y. Sutarso, 2009, *Marketing in Practise*, Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta
- Supriyadi, Y., Fristin dan Ginanjar I.K.N., 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3 (1): 135-144
- Swastha, B., 2012, *Manajemen Penjualan*, Edisi 3, BPFE, Yogyakarta
- Tjiptono, F., 2015, *Strategi Pemasaran*, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Tjiptono, F., dan G. Chandra, 2016, *Service, Quality dan Satisfaction*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tengor; Gloria, L., Kawet, dan Sjendry, L., 2016, Pengaruh Merek, Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Eben Haezar Manado, *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16 (4): 367-375.
- Wulandari, T., 2017, Pengaruh Citra Merek Suzuki dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Dealer XYZ, *Value Journal of Management and Business*, 2 (1): 250-259
- Yanti; F.Asih, F., Abbas dan M. Syauki, 2019, Pengaruh Kualitas Produk dan Distribusi Terhadap Penjualan The Poci, *Jurnal Humaniora*, 3 (1): 72-84

