



BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Hasil dari penelitian yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Amanda Brownies” maka, dapat disimpulkan :

1. Variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian dikarenakan kualitas produk yang meliputi penampilan, tingkat kematangan, aroma dan rasa mampu mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian terhadap Amanda Brownies. Sehingga hipotesis yang menyatakan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Amanda Brownies di Cabang Mulyosari Surabaya diterima. Dalam melakukan pembelian brownies Amanda, konsumen paling banyak memperhatikan kualitas produk yang diberikan.
2. Variabel Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Sehingga hipotesis yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Amanda Brownies di Cabang Mulyosari Surabaya ditolak. Konsumen yang membeli brownies di Amanda Brownies tidak terlalu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan karena konsumen juga akan merasakan pelayanan yang sama atau tidak jauh berbeda dengan penjual yang berbeda.

3. Variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Sehingga hipotesis yang menyatakan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Amanda Brownies di Cabang Mulyosari Surabaya diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga yang terdiri dari indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk, keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan manfaat, dan harga bersaing Amanda Brownies akan berpengaruh secara baik terhadap keputusan pembelian.
4. Variabel Citra Merek tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Sehingga hipotesis yang menyatakan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Amanda Brownies di Cabang Mulyosari Surabaya ditolak. Artinya konsumen tidak memutuskan melakukan pembelian karena sudah mengenal citra merek, konsumen lebih mempertimbangkan kualitas produk dan harga dari produk yang diberikan.



5.2 Saran

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

1. Diharapkan Amanda Brownies memperhatikan kualitas produk, karena penelitian ini membuktikan bahwa kualitas produk mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Adapun cara yang dapat dilakukan adalah mempersiapkan setiap varian produk selalu tersedia, sehingga tidak menghambat konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Serta menambah beberapa varian dan rasa yang sedang ramai diminati konsumen.
2. Harga dari Amanda Brownies sudah banyak diketahui oleh masyarakat. Adapun cara yang dapat dilakukan untuk lebih menarik minat beli adalah dengan melakukan promosi maupun *discount* atau potongan harga dengan menetapkan syarat dan ketentuan pembelian.
3. Kualitas pelayanan dari Amanda Brownie juga disetujui oleh konsumen bahwa pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan dan sesuai dengan standarnya, maka pihak Amanda Brownies dapat lebih mempertahankan pelayanan mereka dengan mengutamakan keinginan maupun kebutuhan konsumennya.
4. Citra merek Amanda Brownies sudah dikenal oleh banyak masyarakat luas dan mudah diingat oleh mereka. Maka pihak Amanda Brownies harus dapat menjaga citra mereka dimata



konsumen dengan meningkatkan kualitas – kualitas yang dapat membangun citra merek mereka menjadi lebih baik lagi.

5. Untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti Amanda Brownies diharapkan untuk menggunakan variabel *independent* maupun variabel *dependent* lainnya agar dapat menambah wawasan untuk pembaca. Penulis menyarankan untuk menggunakan Loyalitas Pembelian sebagai variabel *dependent*, maupun menggunakan Variasi Produk, Promosi, dan Tempat sebagai variabel *independent*.



DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Amrullah, Pamasang S. Siburan dan Saida Zainurossalamia ZA.2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. Universitas Mulawarman. Vol 13 No 2.
- Buchory, H. Achmad dan D. Saladin. 2010. Bandung: Linda Karya.
- Chandra, A Prijaya dan T Santoso. 2019. Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Outlet Mini Melts Surabaya. *Jurnal Manajemen Bisnis*. Universitas Kristen Petra Surabaya .Vol 7 No 1.
- Daryanto dan I Setyobudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: penerbit Gava Media.
- Deisy, Malonda, J Lopian dan Y Mandagie. 2018. Analisis Citra Merek, Harga Produk dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Samsung Pada Seluruh Gerai – Gerai Seluler Di IT Center Manado. *Jurnal EMBA*. Universitas Sam Ratulangi Manado. Vol 6 No 4.
- Ekasari, Ratna dan Rezki Aulia Pramudita.2020. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ecopreneur*. Universitas Maarif Hasyim Latif. Vol 3 No 1.
- Faroh, Wahyu Nurul dan Defri Junaidi. 2019. Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bangunan Di Portal Network Six Store Cabang Depok 2018. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. Vol 2 No 3.
- Ferdinand, A., 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi Kelima. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fiani, S. Margaretha., dan Japarianto. E. 2012. Analisa Pengaruh Food Quality dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 1 No 1.
- Fure, F., Lopian, J., dan Taroreh, R. 2015. Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di J.CO Manado. *Jurnal EMBA*. Vol 3 No 1, 367-377.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hoyer, Wayne D. dan Deborah J. MacInnis. 2010. *Consumer Behavior*. USA: South Western Cengage Learning.



- Kasmir. 2011. *Kewirausahaan*. Edisi Revisi. Jakarta : Rajawali Pers.
- Kotler, Philip dan G. Armstrong. 2010. *Principles of Marketing*, Thirteen Edition. Prentice Hall. New Jersey.
- _____ . 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- _____ . 2013. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- _____ . 2016. *Principle of Marketing* . Edisi 16, Global Edition. England. Pearson
- Lupiyoadi, R dan A. Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Jakarta : Salemba Empat.
- Maupa, Hari, Nuraeni K dan Sulbiah. 2019. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse di Makassar. *Jurnal JBMI*. Vol 16 No 2.
- Mullins, dan J Walker, O. 2010. *Marketing Management A Strategic Decision-Making Approach* . Boston: McGraw-Hill Irwin. p.442.
- Nawari. 2017. Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Amanda Brownies Cabang Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi*. Universitas Islam Darul ‘Ulum Lamongan. Vol 2 No 2.
- Prasetyo, Bambang dan Lina M Jannah. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*. Edisi 7. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Rafidah, I dan Djawoto.2017. Pengaruh Kemudahan Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Lazada. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.Vol 6 No 2.
- Riyono, dan Budiharja, G. E. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua. *Jurnal STIE Semarang*. Hal 92-121
- Sari, C. A. 2015. Perilaku Berbelanja Online di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga. *Jurnal Ilmu dan Riset Pemasaran*.Vol 4 No 2.
- Sari, Devi P dan Audita Nuvriasari. 2018. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Eiger. *Jurnal*





- Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Hal.1.
- Sangadji, E Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan*. *Jurnal Penelitian*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Schiffman, Leon dan Leslie L Kanuk. 2010. *Perilaku Konsumen*, Edisi 7. Jakarta : Indeks.
- _____ . 2011. *Consumer Behaviour*. Pearson
- Seftiani dan Risda. 2014. Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk Terhadap Brand Preference dan Implikasinya Terhadap Minat Loyalitas (Studi Pada Konsumen The Body Shop di Kota Semarang). *Jurnal Ekonomi*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Setiawan, Agus, Rois Arifin dan Siti Asiyah. 2020. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Saluran Distribusi, Brand Image, Brand Trust, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Rambak Lestari Eco Desa Sembung Tulungagung. *E-Jurnal Riset Manajemen*. Universitas Islam Malang.
- Sugiarto, S. 2013. Pengaruh Service Quality, Food Quality, Dan Price Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Yung Ho Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), 1-10.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sumpu, Nofita dan Altjie L.Tumberl. 2018. Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Pada Mahasiswa Universitas Samratulangi Manado Angkatan 2016). *Jurnal EMBA*. Universitas Sam Ratulangi Manado. Vol 6 No 4..
- Sutisna. 2012. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta : Andi.
- _____ . 2015. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta : Andi
- _____ . 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta : Andi.
- Wibowo. 2010. *Manajemen Kinerja*, Edisi 5. Jakarta : Rajawali Pers.
- William J. Stanton. 2004. *Prinsip Pemasaran*. Edisi Ketujuh Jilid Kesatu. Jakarta : Erlangga.
- Yamit, Zulian. 2013. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, Edisi Pertama, Cetakan Keenam. Ekonisia. Yogyakarta.