

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas produk (X1) memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian bakso dan mie ayam “ Cak Jay”, dimana dapat dilihat t hitung > t tabel yaitu $4.355 > 1.9852$ dan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$.
2. Harga (X2) memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian bakso dan mie ayam “ Cak Jay” dimana dapat dilihat t hitung > t tabel yaitu $4.713 > 1.9852$ dan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$.
3. *Word Of Mouth* (X3) tidak memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian bakso dan mie ayam “ Cak Jay” dimana dapat dilihat t hitung > t tabel yaitu $0.126 > 1.9852$ dan tingkat sigifikansi $0.900 > 0.05$.
4. Kualitas Layanan(X4) memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian bakso dan mie ayam “ Cak Jay” dimana dapat dilihat t hitung > t tabel yaitu $3.878 > 1.9852$ dan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$.
5. Dengan menggunakan regresi linear berganda dalam menganalisa data, didapatkan hasil : $Y = -4,047 + 0.378 (X_1) + 0.587 (X_2) + 0,011(X_3) + 0.317 (X_4)$. Artinya pengaruh paling besar ada pada variabel harga (X₂).
6. Nilai Adjusted R square diperoleh sebesar 0.718. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas prodak, harga, word of mouth, dan kualitas layanan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 71.8 % (tingkat pengaruh yang kuat). Sisanya 28.2% dipengaruhi oleh faktor lain.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang diperoleh dapat dikembangkan beberapa saran sebagai berikut :

1. Disarankan Untuk variabel harga (X_2) lebih diperhatikan dengan misal harga tetap terjangkau. Sehingga bila bahan baku naik, disarankan harga tetap tetapi persinya yang dikurangi.
2. Bagi peneliti berikutnya dapat melanjutkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang belum diteliti pada penelitian ini seperti variabel promosi, lokasi dan lain-lain. Karena dari hasil penelitian sebesar 28,2 % masih dipengaruhi oleh variabel lain.



DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, Gunawan. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Yogyakarta.
- Ahyari, A. 2010. *Manajemen Produksi (Perencanaan Sistem Produksi)*. Buku, Edisi keempat. Penerbit BPFE. Yogyakarta.
- Algifari. 2015. *Mengukur Kualitas Layanan dengan Indeks Kepuasan, Metode Importance-Performance Analysis (IPA), dan Metode Kasus*, Kurnia Kalam Semesta, Yogyakarta.
- Amrullah, Pemasang S. Siburian, Saida Zainurossalamia ZA. 2016. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*. Universitas mulawarman. Vol.13. (2) (99-118).
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*, Edisi ke-2. Badan penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Cetakan Ke 4. Universitas Diponegoro, Semarang.
- _____. 2011 *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi Kelima. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Habibah, ummu & Sumiati. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di kota Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi Dan bisnis*. Universitas 17 Agustus. Vol.1. (1) (31-48).
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing Dari Mulut Ke Mulut*. Media pressindo. Yogyakarta .
- Kotler P & Armstrong G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Erlangga, Jakarta
- Kotler P & Keller K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- _____. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 2. Jilid 2. Erlangga, Jakarta.
- Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Salemba empat, Jakarta.
- Maria, Monika & Mohamad Yusak Anshori. 2013. Jurnal Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*. Universitas Ciputra Surabaya. Vol.6.(1) (1-9).

Morissan. 2010. Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu. Prenada Media Group. Jakarta.

_____, M.A. 2002. *Metode Penelitian Survei*. Edisi pertama. Kencana. Jakarta

Priyatno, duwi. 2009. Mandiri Belajar SPSS. Yogyakarta : Mediakom.

Rahayu, Deny Damar. 2014. Pengaruh Word Of Mouth Dan Brand Community Komunitas Sepak Bola Di Pekanbaru Terhadap Brand Image, *Jurnal Ekonomi*. Universitas Riau. Vol.22.No 1 Maret (1-16).

Sari, Fanny Puspita. 2016. Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Pantes Pizza Sidoarjo.. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*. STIESIA. Vol.5. No 5 Juni (1-15).

Sernovitz, Andy. 2012. *Word of Mouth Marketing*. Amerika. Greenleaf Book Group Press.

Sangadji, etta Mamang & Sopiah. 2013. *Perilaku konsumen pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian*. Andi, Yogyakarta.

Santoso, S. 2009. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. PT Alex Media Komputindo. Jakarta

Siregar, Syofian. 2014. *Statistik Deskriptif untuk Penelitian dileengkapi perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. PT GajaGrafindo Persada, Jakarta.

Sugiyono.2015. *Statistik Untuk Penelitian*. ALFABETA, Bandung .

_____.2009. *Metode Pelatihan Kualitatif dan R & D*. ALFABETA, Bandung.

Tjiptono, F.2016. Pemasaran. Andi. Yogyakarta

_____, F. 2015. *Strategik Pemasaran*. Edisi 4. Andi. Yogyakarta.

_____, F.2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip Penerapan dan Penelitian*. Andi. Yogyakarta

Tjiptono, F & Gregorius Chandra. 2012. Pemasaran Strategik. Edisi 2. Andi. Yogyakarta.

_____ .2016.Service, Quality & Satisfaction. Edisi 4. Andi. Yogyakarta

Tri, Ririn Ratnasari & Mastuti H. Aska. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Ghalia Indonesia, Bogor.

Internet:

<https://surabayakota.bps.go.id/linktabelstatis/view/id/392>



108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013

