

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Simpulan

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

1. Kualitas Produk memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Sion Furnicenter Pakuwon Trade Center Surabaya, dimana dapat dilihat  $t$  hitung  $> t$  tabel yaitu  $2,865 > 1,985$  dan tingkat signifikansi  $0,005 < 0,05$ .
2. Kualitas Pelayanan tidak memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Sion Furnicenter Pakuwon Trade Center Surabaya, dimana dapat dilihat  $t$  hitung  $< t$  tabel yaitu  $0,186 < 1,985$  dan tingkat signifikansi  $0,186 < 0,05$ .
3. Harga memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Sion Furnicenter Pakuwon Trade Center Surabaya, dimana dapat dilihat  $t$  hitung  $> t$  tabel yaitu  $2,793 > 1,985$  dan tingkat signifikansi  $0,006 < 0,05$ .
4. Lokasi tidak memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Sion Furnicenter Pakuwon Trade Center Surabaya, dimana dapat dilihat  $t$  hitung  $< t$  tabel yaitu  $0,960 < 1,985$  dan tingkat signifikansi  $0,340 < 0,05$ .
5. Nilai *Adjusted R square* diperoleh sebesar 0,25. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk, layanan, harga dan lokasi, memberikan pengaruh terhadap

keputusan pembelian di Sion Furnicenter Pakuwon Trade Center Surabaya sebesar 25% (tingkat pengaruh yang rendah).

## 5.2. Saran

Berdasarkan simpulan yang diperoleh, dapat dikembangkan beberapa saran sebagai berikut:

1. Untuk variabel kualitas produk yang memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian di Sion Furnicenter Pakuwon Trade Center Surabaya harus dipertahankan dan ditingkatkan. Untuk itu dapat dilakukan beberapa hal dengan :
  - a. Mengganti *finishing* cat duco menjadi cat glossy untuk menambah kualitas desain dan warna *furniture* agar tidak mudah rusak atau luntur.
  - b. Menambah variasi produk yang lebih inovatif misalnya seperti meja makan lipat, meja rias lipat dan *standing mirror* yang dapat berputar dan memiliki laci.
  - c. Menambah macam desain produk yang selama ini hanya classic, semi-classic dan minimalis dengan desain *furniture* industrial.
  - d. Mempertahankan kualitas produk dengan tetap menggunakan kayu mahoni sebagai bahan baku utama.
2. Variabel pelayanan tidak memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian di Sion Furnicenter Pakuwon Trade Center Surabaya. Hal ini bisa saja disebabkan kualitas pelayanan yang diberikan sama dengan kualitas pelayanan toko lainnya. Untuk itu dapat dilakukan beberapa hal dengan:

- a. Dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, karyawan Sion Furniture harus bersikap ramah, dan berusaha memahami keinginan dan kebutuhan konsumen.
  - b. Dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, karyawan Sion Furniture harus segera melayani ketika ada konsumen datang dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat.
  - c. Memberikan minuman pada konsumen Sion Furnicenter
3. Untuk variabel harga yang memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian di Sion Furnicenter Pakuwon Trade Center Surabaya harus dipertahankan dan ditingkatkan. Untuk itu dapat dilakukan beberapa hal dengan :
- a. Tetap memberikan harga yang terjangkau.
  - b. Selalu melakukan riset terhadap produk di toko lain agar harga di Sion Furnicenter tidak lebih mahal ataupun lebih murah.
  - c. Menetapkan harga sesuai dengan mempertimbangkan daya beli konsumen.
4. Variabel lokasi tidak memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian di Sion Furnicenter Pakuwon Trade Center Surabaya. Hal ini mungkin disebabkan. Beberapa hal ini yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Memberikan petunjuk yang jelas dan mudah tentang letak toko seperti mendaftarkan di *google map* atau menempatkan beberapa karyawan di area pintu masuk Pakuwon Trade Center Surabaya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Alma. 2002. *Manajemen Pemasaran dan Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Djarwanto. 2000. *Teori Portofolio dan Analisis Invenstasi*, Yogyakarta: BPFE-UGM.
- Fitzsimmons. 2010. *Service Manahement : Operations, Strategy, Information Technology*. 7th Edition. New york : McGraw-Hill..
- Ghanimata. 2012. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang)*
- Ghozali. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Edisi Keempat*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- \_\_\_\_\_. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Edisi Kelima*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heizer dan Render. 2005. *Operation Management*, Edisi Ketujuh. Jakarta: Salemba Empat.
- \_\_\_\_\_. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Tiga Belas, Bahasa Jilid Satu Indonesia, Jakarta: Erlangga
- \_\_\_\_\_. 2015. *Manajemen Operasi, Edisi Sebelas*. Jakarta : Salemba Empat.
- Imam Ghozali. 2006. *Aplikasi Analisi Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jr, Everett dan Ebert. 2002. *Production And Operation Manajemen*. 5th Edition. New Jersey : Prentice Hall Inc
- Kotler, Philip.2000. *Prinsip-prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta: Prenhalindo.
- \_\_\_\_\_. 2002. *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*, Jilid Dua, Jakarta: PT Prenhallindo.
- \_\_\_\_\_. dan Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Kedelapan, Jilid Satu. Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Dua Belas, Jilid Satu, Jakarta; Erlangga.
- \_\_\_\_\_. 2009. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Dua Belas , Jilid Dua. Jakarta: Erlangga.

- \_\_\_\_\_ dan Keller. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid Dua. Jakarta: Erlangga.
- Lamb. 2008. A Logistics Strategy Taxonomy. "*Journal of Business Logistics*. Vol 29. No 27-51.
- Lupiyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- \_\_\_\_\_. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- \_\_\_\_\_ dan Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Markplus. 2009. *Membangun Strategy Perusahaan*. Jakarta: Gramedia.
- Mowen dan Minor. 2006. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kelima. Jilid Kedua. Jakarta: Erlangga.
- Mc Charty dan Perreault. 2003. *Dasar-dasar Pemasaran*. Yogyakarta: Bhakti Profesindo.
- Pasuraman, Zeithaml dan Berry. 1998. Servqual : A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality. *Journal of Retailing*. Vol 64. 1.
- Ratnasari. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Djawi Lanbistro Coffe And Resto Surabaya*.
- Roscoe. 1975. *Fundamental Research Statistics For the Behavioral Sciences*. Newyork: Holt,Rinhart and Winston.Inc
- Saladin. 2001. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian*. Bandung: Lindakarya.
- \_\_\_\_\_. 2002. *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*. Bandung: Lindakarya.
- Schiffman dan Kanuk. 2000. *Consumer Behavior*. Fifth edition. NewJersey: Prentice-Hall.Inc.
- \_\_\_\_\_. 2009 *Consumer Behavior*. Seven Edition. NewJersey: Prentice-Hall.Inc.
- Simamora. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan kuantitatif dan kualitatif)*. Bandung: Alfabeta.

- \_\_\_\_\_. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sudjiono. 2010. *Pengantar Statistik Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Press.
- Sunyoto. 2007. *Analisis Regresi dan Korelasi Bivariant*. Yogyakarta: Amara Books.
- Supangat. 2007. *Statistika Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi, dan Nonparametrik*. Jakarta: Kencana.
- Suwithi dan Anwar. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Soedjono. 2014. *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di D'Stupid Baker Surabaya*. Surabaya: STESIA
- Swastha. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua. Jakarta: Liberty.
- \_\_\_\_\_ dan Irawan. 2005. *Asas-Asas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- \_\_\_\_\_ dan Handoko. 2011. *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Bhakti Profesindo
- Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andi.
- \_\_\_\_\_ dan Chandra. 2010. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Umar. 2005. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Widiana dan Sinaga. 2010. *Dasar-dasar Pemasaran*. Bandung: Karya Putra Darwati.
- Wirartha. 2006. *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Andi.

