

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada Broiler Cut di Blitar. Berdasarkan hasil penelitian, maka akan diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Dengan menggunakan metode regresi linier berganda dalam menganalisis data, didapatkan hasil bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada broiler cut karunia di Blitar dengan persamaan : $Y_1 = -0.181 + 0.215 (X_1) + 0.437 (X_2) + 0.176 (X_3)$
2. Berdasarkan uji koefisien determinan (R^2) diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,266. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas memberi pengaruh terhadap variabel terikat sebesar 26,6 % , sedangkan sisanya 73,4% merupakan kontribusi dari faktor lainnya.
3. Variabel kualitas produk (X_1) melalui uji t tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Broiler Cut Karunia di Blitar. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu sebesar $1.274 < 1.99394$ dengan tingkat signifikan $0.207 < 0.05$.
4. Variabel kualitas pelayanan (X_2) melalui uji t berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Broiler Cut Karunia di Blitar. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $3.140 > 1.99394$ dengan tingkat signifikan $0.02 < 0.05$.

5. Variabel harga (X_3) melalui uji t tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Broiler Cut Karunia di Blitar. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu sebesar $0.915 < 1.99394$ dengan tingkat signifikan $0.363 > 0.05$.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap hasil penelitian yang dapat diberikan yaitu :

1. *Broiler Cut* Karunia harus lebih meningkatkan kualitas pelayanannya dengan cara menambah karyawan untuk melayani konsumen yang datang membeli daging ayam.
2. Diharapkan kepada pihak *Broiler Cut* Karunia di Blitar selalu menjaga kualitas produk dengan cara meningkatkan mesin produksi yang lebih canggih dalam pemotongan ayam.
3. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya bisa menambah faktor variabel yang lain seperti lokasi dan promosi dalam pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Adirama. Aldi. 2012. "Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Satria FU di Klaten". *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, Vol.1, Edisi 1. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Assauri, Sofjan. 2011. "*Strategic Managemen, Sustainable Competitive Advantage*" Jakarta Indonesia.
- Basu, Swastha DH., Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern, Edisi Kedua, Cetakan Ke-tigabelas*, Yogyakarta: Liberty Offset.
- Bayu Sutrisna. 2016. "Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks". *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* : Volume 5, Nomor 3, Halaman 19.
- Brown, H. Douglas. 2001. *Teaching by Principle An Interactive Approach to Languange Pedagogy*. San Fransisco: Logmanb.
- Buchari, Alma. 2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan kedelapan*, Bandung: Alfabeta.
- C.J Gerung. 2017. "Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada PT. Wihara Wirawan Manado. *Jurnal EMBA*. Volume 5, Nomor 2, Halaman 19.
- Danang, Sunyoto. 2012, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Buku Seru. <http://Repository.upi.edu/17628/4/S> MBS 1001311 Bibliography.
- Duwi, Priyatno. 2010. *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendaran*. Gaya Media. Yogyakarta.
- Fajar, Laksana. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Ferdinand. 2013. *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan disertai ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi Kedua*. Yogyakarta. Penerbit Universitas Diponegoro.

- Kasiram, Moh. 2008. *Metodologi Penelitian*. Malang: UIN-Malang Pers.
- Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi kedua belas, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi ke 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Penerbit Erlangga: Jakarta*.
- _____. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2010. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1, Edisi ke tigabelas*. Jakarta: Erlangga.
- Oentoro, Deliyanti .2012, *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta, LakBang , PRESSindo.
- Purwati, dkk.2012."Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat (Studi Kasus Pada PT. Nusantara Solar Sakti)." *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (JENIUS)*. Vol 2, No 3, Politeknik Negri Sriwijaya.
- Schiffman, Leon dan Leslie. Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen. Edisi ketujuh. Diterjemahkan oleh: Zoekifli Kasip*. Jakarta: Indeks.
- Siregar, Sofyan. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: KENCANA.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung. Alfabeta.
- Suharsimi, Arikunto. 2011, *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktis)*. Jakarta: PT.Rineka Cipta.
- _____.2014. "*PenelitianTindakan Kelas*". Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Suharyadi dan Purwanto. 2009. *Statistika Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern Edisi 2 Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sukandarrumidi. 2012. *Metodologi Penelitian: Petunjuk Praktis Untuk Penelitian Pemula*, Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.

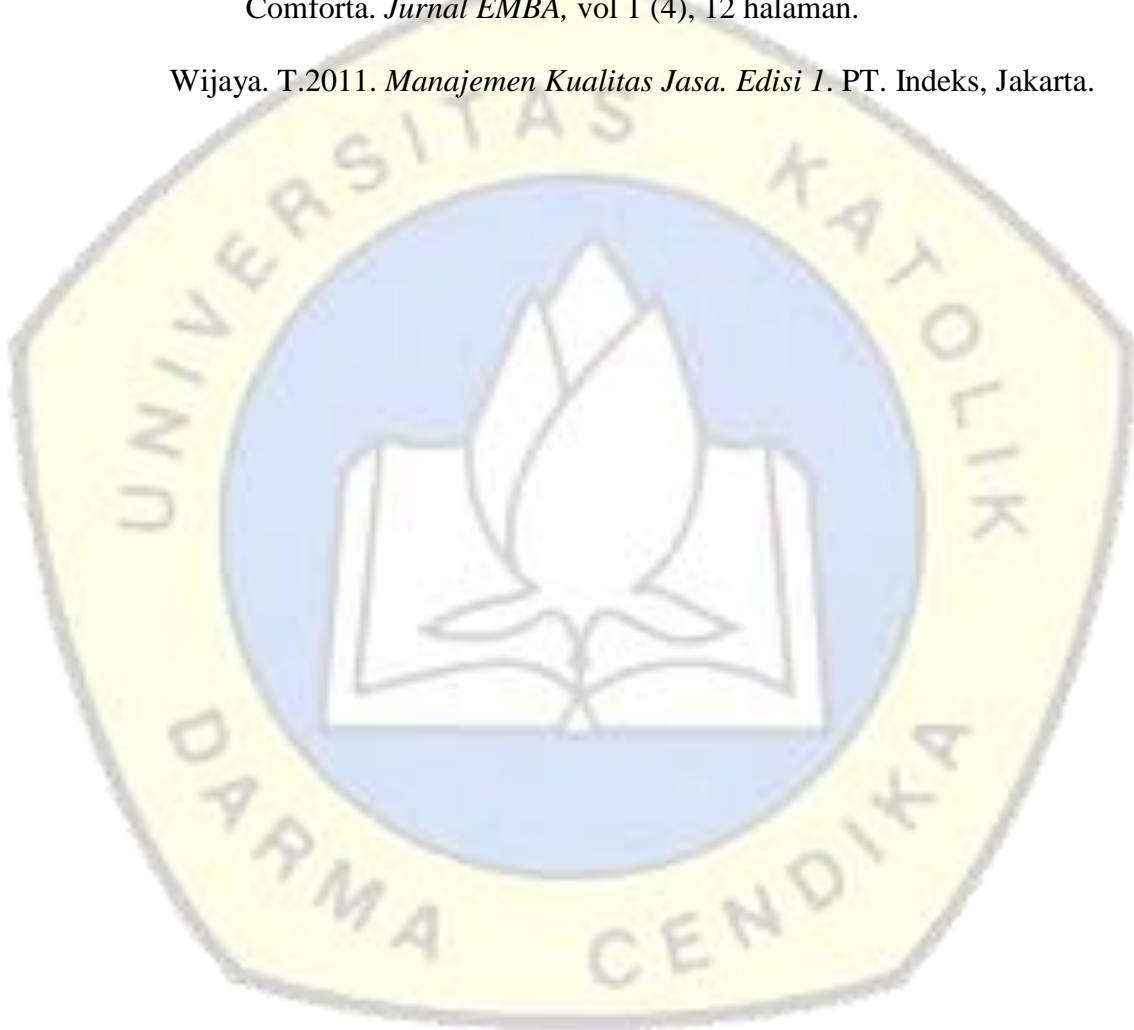
Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa*. Edisi Kedua. Andy Offset, Yogyakarta.

_____. 2011. *Pemasaran Jasa*, Bayumedia, Malang.

Tjiptono, F. Dan Chandra. 2009. *Strategi Pemasaran Jasa*. CV. Andi. Yogyakarta.

Weenas, Jackson R.S.2013. Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA*, vol 1 (4), 12 halaman.

Wijaya. T.2011. *Manajemen Kualitas Jasa. Edisi 1*. PT. Indeks, Jakarta.



Titik Persentase Distribusi t (df = 161 –200)

