

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan metode regresi linier berganda dan dari hasil pembahasan yang telah dikemukakan maka dapat disimpulkan:

1. Produk (X1) memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen *Café eleven* Surabaya, karena nilai t hitung $>$ t tabel. Nilai yang didapat ialah sebesar $3,390 < 1,661$ sedangkan nilai signifikansi ialah sebesar $0,001 > 0,05$. Produk berpengaruh pada Keputusan pembelian dikarenakan konsumen menikmati produk makanan dan minuman yang disajikan *Café*.
2. Promosi (X2) tidak memberikan pengaruh pada Keputusan pembelian di *Café eleven* Surabaya, karena nilai t hitung $<$ t tabel. Nilai yang didapat ialah sebesar $-0,581 < 1,661$, sedangkan nilai signifikansi ialah sebesar $0,563 > 0,05$. Promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen karena promosi yang digunakan kurang menarik dan informasi tentang café tidak disampaikan secara langsung.

3. Harga (X3) memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di *Café eleven* Surabaya, karena nilai t hitung $>$ t tabel. Nilai yang didapat ialah sebesar $2,862 > 1,661$, sedangkan nilai signifikansi ialah sebesar $0,005 < 0,05$. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen karena harga yang diperjualkan sangat terjangkau bagi pembeli yang berdatangan.
4. Lokasi (X2) tidak memberikan pengaruh pada Keputusan pembelian di *Café eleven* Surabaya, karena nilai t hitung $<$ t tabel. Nilai yang didapat ialah sebesar $1,027 < 1,661$, sedangkan nilai signifikansi ialah sebesar $0,307 > 0,05$. Lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen karena akses jalan yang dilalui tidak mudah untuk diingat dan lokasi *café* jauh dari jalan raya umum.
5. Hasil yang diperoleh diperoleh uji F hitung dari output adalah sebesar 6,472 dan signifikansi 0,000. Tingkat signifikan 0,05, sedangkan tabel t sebesar (2,47). Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($6,472 > 2,47$) dan signifikansi ($0,000 < 0,05$) sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berarti variabel produk, promosi, harga dan lokasi secara bersama sama akan mempengaruhi keputusan pembelian (Y) *café eleven* Surabaya.

Berdasarkan tabel diatas nilai adjusted R Square 0,181 atau 18,1%. Hal ini berarti hubungan antara produk, promosi, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian sangat rendah.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka dapat diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. *Café eleven* harus memperhatikan kualitas produknya agar tetap terjaga penjualannya. Kualitas produk tersebut diperoleh dari inovasi baru yang dilakukan, contoh membuat menu makanan, snack dan minuman yang baru pada waktu yang tepat.
2. *Café eleven* harus memperhatikan harga yang ditetapkan pada produk agar tetap diminati banyak konsumen. penetapan tersebut dilakukan dengan cara selalu menawarkan harga yang terjangkau dan menguntungkan bagi dua pihak, antara pembeli dan penjual
3. Bagi mahasiswa penelitian yang diharuskan oleh Universitas ini sangat baik untuk menunjang proses belajar mengajar bagi mahasiswa. Hal ini dikarenakan mahasiswa secara otomatis mendapatkan ilmu dan wawasan yang sangat luas sehingga mahasiswa dapat membuat penelitian ini sesuai topik dengan baik dan benar. Selain itu mahasiswa juga dapat ilmu dasar untuk dikembangkan dalam dunia kerja.
4. Bagi Ilmu Pengetahuan Penelitian ini bisa berguna untuk refrensi bagi seluruh ilmu pendidikan yang ada di Indonesia. Selain itu juga dapat memperkaya wawasan ilmu pengetahuan. Pada akhirnya semuanya seimbang sama-sama saling menguntungkan, mahasiswa dapat ilmu pengetahuan dan juga diterapkan kepada banyak orang.

5. Bagi Penelitian Berikutnya Bagian ini sangat menarik karena apa yang sudah kita teliti itu akan dikembangkan lagi untuk peneliti berikutnya. Penelitian yang sudah dibuat itu akan menjadi salah satu referensi yang baik. Selain adanya perkembangan dan referensi yang baik penelitian ini juga dapat memunculkan ide-ide yang baru bagi mahasiswa untuk membuat tugas-tugas dan skripsi untuk hari kedepan yang akan datang.



Daftar Pustaka

- Alma, Buchari. 2005. *Manajemen Pemasarandan Pemasaranjasa*. Edisi Revisi. Bandung: Alfabeta.
- Aprih Santoso dan Sri Widowati, 2011, pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan Lokasi terhadap keputusan pembelian, jurnal Dinamika sosial budaya, No. 2, FE-USM.
- Ardhi, Y. 2013. *Merancang Media Promosi Unik dan Menarik*. Yogyakarta: TAKA Publisher.
- Assauri, Sofjan. 2014. *Operational Strategic Lean Opration Process*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Swastha, Basu dan Irawan, 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi pertama, Cetakan Ketiga, Jakarta.
- Budi, Agung Permana. 2013 *Manajemen Marketing Perhotelan*. Yogyakarta: Andi.
- Chanifah Widha Prihatini. 2016. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Ikan Bakar *Seafood* Genteng Besar. Surabaya *Jurnal Proposal dan skripsi manajemen ekonomi (JPSME) Vol.12080324037* Agustus 2016.
- DharmestadanIrawan. 2005. *Manajement Pemasaran Modern*. Edisikedua. Yogyakarta: Liberty.
- Dhien Alfath Aulya. 2013. Analisis Pengaruh Produk, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada *Coffee Shop Stove Syndicate* di Semarang). *Jurnal Proposal dan skripsi manajemen ekonomi (JPSME) Vol. C2A008186* Februari 2013.
- Fajar Laksana. 2008. *Manajamen Pemasaran; Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: GrahaIlmu.
- Ferdinand Augusty, 2013, *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fiani, Margaretha dan Edwin Japarianto. 2012. Analisa Pengaruh *Food Quality* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti

Ganep's di kota Solo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. (tersedia di www.google.com , diakses 8 Sep 2013, 11:05)

Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2007. *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Empat. Semarang:Badan Penerbit Universitas diponegoro. Gramedia.

Heizer, Jay dan Barry. Render. 2006. *Manajemen Operasi*, Edisi tujuh, Jakarta: Salemba Empat.

<http://lenterakecil.com/apakah-kafe-itu/13-07-17/14:00wib//>

<https://surabaya/eleven-cafe-medokan-asri/13-07-17/14:00wib//>

Husein Umar. 2003. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Irawan & Wijaya, Farid. 2000. *Pemasaran Prinsip dan Kasus*. Edisi Kedua. Yogyakarta: BPFE.

Kasmir. 2009. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Kencana.

Kotler, Philip. 2000, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo.

Kotler, Philip.2003. *Manajemen Pemasaran*. edisi 11, Jakarta: Indekskelompok.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. PT. Gelora Aksara Pratama: Erlangga.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2012. *Marketing Manajemen*. 14th Edition. USA: Person.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller.2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, PT indeks, Jakarta.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. PT. Gelora Aksara Pratama: Erlangga.

Kotler, Philip dan Kevin, Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. PT Gelora Aksara Pratama: Erlangga.

Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium*. Jilid 2, Jakarta: PT Prenhallindo.

- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jili 2, Edisi 12, PT indeks., New Jersey
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta.Erlangga.
- Kotler, Philip. dan Kevin Lane Keller. 2009. *ManajemenPemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. PT. Gelora Aksara Pratama. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori Praktek*. Edisi Pertama. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Machfoedz, Mahmud. 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Narimawati, Umi. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. Teori dan Aplikasi*. Bandung: Agung Media
- Priyatno, Duwi. 2010. *Teknik mudah dan cepat melakukan analisis data dengan SPSS*. Yogyakarta: MediaKom.
- Saladin, Djaslim. 2006. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan Pelaksanaan dan Pengendalian*. jilid II, Bandung: Linda Karya.
- Santoso, Singgih. 2007. *Statistik Deskriptif: Konsep dan Aplikasi dengan Microsoft Exeldan SPSS*. Yogyakarta: ANDI.
- Sari, Irine Diana. 2010. *Manajemen Pemasaran Usaha Kesehatan*. Yogyakarta. NUMED.
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Penerbit graha ilmu.
- ShiffmandanKanuk. 2004. *Consumer Behaviour, New Jersey*: Prenhalindo.
- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya. Press.
- Staton, William J. 2002. *Fundamentals of Marketing*.Edisi 10, Singapore: McGraw – Hill internasional.
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi 1, Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono.(2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyadi, Purwanto. 2004. *Statistika dasar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: PT. Ghalia Indonesia.
- Sundari, linawati.2014. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Taman Wisata Mekarsari Bogor. *Junal Ekonomi dan bisnis*. Universitas Singaperbangsa Karawang: Vol .1 No 31.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Swastha, Basu. 2002. *Azas-Azas Pemasaran*, Yogyakarta, Liberty.
- Thoifah, I' anatut. 2015. *Statistika Pendidikan dan Metode penelitian kuantitatif*. Malang: Madani.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi offset.
- Utami, Christina Whidya. 2006. *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- William J. 1998. *Prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 7, Erlangga. Jakarta.

Lampiran 10

