

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan diatas makan dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Miel di Surabaya, dikarenakan produk yang ada di Toko Miel sudah cukup dipercaya dan sesuai dengan selera konsumen.
2. Variabel Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Miel di Surabaya, dikarenakan Harga yang ada di Toko Miel sama dengan Toko lain.
3. Variabel Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Miel di Surabaya, dikarenakan Toko Miel sering mengadakan pameran dan memberikan diskon.
4. Variabel Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Miel di Surabaya, dikarenakan Toko Miel menjual pakaian dengan Tren baru dan sesuai Gaya Hidup masa kini.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan maka diberikan beberapa saran yang diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian. Adapun saran-saran yang diberikan bagi peneliti adalah sebagai berikut :

1. Toko Miel di Surabaya sering Upload model-model Tren pakaian yang diminati oleh remaja saat sekarang, melalui internet untuk melihat Tren terkini yang ada di jakarta, sehingga Toko Miel dapat langsung membuat model dan meminta ke distributor untuk membuat pakaian yang seperti gambar yang di upload tersebut.
2. Toko Miel di Surabaya selalu memberikan potongan Harga kepada konsumen, disaat konsumen melakukan pembelian di Toko Miel, dengan memberikan diskon sebesar 50 % jika pelanggan membeli lebih dari 1 pakaian.
3. Untuk peneliti berikutnya dapat melanjutkan penelitian ini dengan menambahkan variabel-variabel lainnya.

Daftar Pustaka

- Ahmad Muanas (2014) Harga tidak berpengaruh signifikansi terhadap keputusan pembelian. *Skripsi*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Amstrong, (1997). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Cetakan pertama. Jakarta: Erlangga.
- _____, (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta. ANDI.
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Basu Swasta dan Hani Handoko. 2010. *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*. BPFE. Yogyakarta.
- Daryanto. (2013). Menyusun Modul Bahan Ajar Untuk Persiapan Guru Dalam Mengajar. Yogyakarta: Gava Media.
- _____, (2011). Sari Kuliah Manajemen Pemasaran. Bandung : PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- _____, (2013). *Strategi dan tahapan mengajar* (bekal keterampilan dasar bagi guru). Bandung : CV Yrama Widya.
- Edwar (2014) *pengaruh citra toko terhadap keputusan pembelian konsumen pada distro ouval research di buah batu bandung*. Jurnal manajemen. Unikom bandung
- Firdinand, (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Jakarta
- Ghozali, Imam, (2006). *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*, Cetakan Keempat, BPUNDIP, Semarang
- _____(2001). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hariadi, Doni., dan Martoatmodjo Soebari. (2013),”*Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Projector Microvision*”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Vol 1 nomor 1.
- Hansen & Mowen, (2001), *Manajemen Biaya*, Buku II, Terjemahan benyamin Molan, Penerbit Salemba Empat, Jakarta, hal 633.
- Kismono, Gugup, (2010) *Pengantar Bisnis*, Edisi I, Cetakan I, BPFE, Yogyakarta, 2001.
- Kasali, Rhenald. (2005). *Membidik Pasar Indonesia (Segmentasi, Targeting, Positioning)*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

_____, (2005) Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Blackberry Di Kota Sungai Penuh Jambi,

Kotler (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.

Kotler dan Amstrong (2008). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Edisi 9 Jilid 1). Indeks Kelompok Gramedia : Jakarta.

_____, (2012:255), *Dasar-Dasar Pemasaran* (Edisi 9 Jilid 2). Indeks Kelompok Gramedia : Jakarta.

_____, (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga.

_____, (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga

_____, (2008), “Kualitas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio”, *Jurnal EMBA*. Vol. 1, No. 3, Juni

_____, (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 1, Erlangga, Jakarta.

Kotler dan Keller (2011:4) produk dan harga terhadap keputusan pembelian iphone. *Skripsi*. Surakarta.

_____, (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.

Kurniawan, Albert. (2014). *Metode Riset Untuk Ekonomi&Bisnis*, Penerbit Alfabeta, Bandung

Kristianto. (2011). *Psikologi Pemasaran*, Buku Seru : Yogyakarta.

Lupiyoadi (2013) **PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

Lupiyoadi dan Hamdani, A. 2006. *Manajemen pemasaran Jasa*. Edisi 2. Depok : Salemba Empat.

_____, (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa; Berbasis Kompetensi*. Edisi ketiga. Penerbit PT.

Noor, Juliansyah. (2015). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Pride dan Ferrell (2010). *Marketing*. 15th ed. Canada: South Western Cengage Learning.

- Pratiwi. (2010). Perilaku Prosocial ditinjau dari Empati dan Kematangan Emosi. *Jurnal Psikologi*, Volume I, No 1. Kudus: Universitas Muria Kudus.
- Priyatno, Duwi. 2010. *Paham Analisa statistik data dengan Spss*. Yogyakarta : Mediakom.
- Puspita, Dian Ayu (2013) bahwa Gaya Hidup tidak berpengaruh signifikansi terhadap keputusan pembelian. Volume 1, No 32 Kudus.Jakarta
- Priyatno, Duwi, (1992). *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, Priyatno, Duwi. 1992. *Paham Analisa statistik data dengan Spss*. Yogyakarta : Mediakom, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy, Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, (2010).
- Rambat Lupiyoadi (2013) promosi tidak berpengaruh signifikansi terhadap keputusan pembelian. (Edisi 10 Jilid 1). Indeks Kelompok Gramedia : Jakarta.
- Rambat Lupiyoadi, Promosi (2012:32) *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*. BPFE. Yogyakarta.
- Rizki, (2015). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian iphone. *Skripsi*. Surakarta.
- Saladin (2011) Produk tidak berpengaruh signifikansi terhadap keputusan pembelian. *Skripsi*. Semarang : Universitas Negeri Semarang.
- Sarwono, Jonathan. 2007. *Analisis jalur untuk riset bisnis dengan spss*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: ANDI.
- Santoso, (2016). "*Peran Kualitas Produk dan Layanan, Harga dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen*". Malang: PT. Elex Media Komputindo.
- Shinta, Agustina. (2011). Manajemen Pemasaran. Cetakan Pertama. Malang: UB Press (Universitas Brawijaya Press)
- Sutisna, (2008), *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, cetakan ketiga, Penerbit: RemajaRosda karya, Bandung
- Soewadji, (2015). Pengantar Metodologi Penelitian. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media
- Stanton, 2003. Prinsip Pemasaran. Alih Bahasa oleh Sadu Sundaru. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta : Erlangga.

Suryadi, (2010) Promosi efektif (menggugah minat dan loyalitas pelanggan)
Yogyakarta

_____, (2011) *Harga terhadap keputusan pembelian*. Yogyakarta

Sugiyano. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung:
Afabeta

_____, (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cetakan

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, (2012) *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta.

Tjiptono (2002). *Strategi Pemasara*. Edisi 1. Yogyakarta : Andi Offset

_____ dan Chandra, Gregorius. 2012. *pemasaran strategik*. Edisi 2.
Jakarta : penerbit Andi.

_____, (2005). *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publishing.

_____, (2008), *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.

Wandy. (2014). *Analisi Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen
Akan Produk Mie Lopo Timor Melalui Motivasi Sebagai Variabel
Intervening*". Jakarta

_____ (2010:86) .*"Peran Kualitas Produk dan Layanan, Harga dan
Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji terhadap Keputusan Pembelian dan
Kepuasan Konsumen"*. Malang: PT. Elex Media Komputindo.

Wijaya, (2013). Promosi, citra merek, dan saluran distribusi pengaruhnya
terhadap keputusan pembelian jasa Terminix di Kota Manado

Widiyono dan Mukkhaer Pakkanna, (2013) *Pengantar Bisnis Respon terhadap
Dinamika Global*, Edisi Pertama, Motra Wacana Media, Jakarta

