

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

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

1. Variabel Produk (X_1) melalui uji t berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada *Handmade Shoes* Surabaya. Hal ini dibuktikan hasil *thitung* $14.514 > ttabel$ $1,67303$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. Variabel Harga (X_2) melalui uji t tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada *Handmade Shoes* Surabaya. Hal ini dibuktikan hasil *thitung* $-1.087 > ttabel$ $-1,67303$ dan tingkat signifikansi $0,282 > 0,05$, Maka H_0 diterima dan H_2 ditolak.
3. Variabel Kualitas Pelayanan (X_3) melalui uji t berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada *handmade Shoes* Surabaya. Hal ini dibuktikan Hasil *thitung* $3.142 > ttabel$ $1,67303$ dan tingkat signifikansi $0,03 < 0,05$, Maka H_0 ditolak dan H_3 diterima.
4. Variabel Promosi (X_4) melalui uji t tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada *Handmade Shoes* Surabaya. Hal ini dibuktikan Hasil *thitung* $-1.08 > ttabel$ $-1,67303$ dan tingkat signifikansi $0,914 > 0,05$, Maka H_0 diterima dan H_4 ditolak.



5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka diberikan beberapa saran untuk menarik minat masyarakat dalam membeli sepatu pada *Handmade Shoes* Surabaya. Adapun saran-saran yang diberikan bagi perusahaan, yaitu sebagai berikut:

1. Produk merupakan variabel yang sangat berpengaruh signifikan pada *Handmade Shoes* Surabaya. Dan saran yang diberikan adalah agar *Handmade Shoes* Surabaya tetap menjaga kualitas produk yang ditawarkan atau bisa meningkat kualitas produk yang dihasilkan, tetap menghasilkan sepatu yang nyaman dipakai serta tetap menghasilkan sepatu yang sesuai dengan permintaan pembeli baik desain maupun warna. Selain itu, *Handmade Shoes* Surabaya tetap menghasilkan sepatu yang perawatannya sangatlah mudah. *Handmade Shoes* Surabaya agar tetap menggunakan merek yang mudah diingat dan produk yang dihasilkan dapat selalu dipercaya agar pembeli atau konsumen yang ingin membeli sepatu memutuskan untuk selalu membeli di *Handmade Shoes* Surabaya.
2. Kualitas Pelayanan merupakan variabel yang berpengaruh signifikan pada *Handmade Shoes* Surabaya. Dan saran yang diberikan adalah agar *Handmade Shoes* Surabaya tetap menjaga kualitas pelayanan dalam menghadapi konsumen atau pelanggan, agar pelanggan tetap loyal membeli sepatu di *Handmade Shoes* Surabaya baik dalam memberikan contoh sepatu, memberikan pelayanan yang baik dan cepat (*fast respond*) serta memberikan garansi pengembalian dan



memberikan solusi yang tepat kepada pelanggan *Handmade Shoes* Surabaya.

3. Terkait dengan harga yang diberikan, disarankan untuk diberikan kisaran harga sepatu yang dijual agar pembeli tidak merasa dipermainkan soal harga. Dan memberikan keterangan bahwa harga dapat berubah sewaktu-waktu dikarenakan disesuaikan dengan pembeli pembeli.
4. Bagi peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel yang lainnya untuk melanjutkan penelitian ini, misalnya: loyalitas pelanggan, kualitas produk, dan sebagainya yang bisa mendukung penelitian ini lebih baik.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2016. *Manajemen Pemasaran*: Depok. PT Rajagrafindo Persada.
- Abdurrahman, Nana Herdiana. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*: Bandung. CV PUSTAKA SETIA.
- Anwar, Iful dan Budi Satrio. 2015. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. STIESIA. Volume 4, Nomor 12 Desember 2015.
- Faroh, Wahyu Nurul 2017. Analisa Pengaruh Harga, Promosi, dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian “Studi Pemasaran Online Melalui Jejaring Sosial Facebook “Perawatan Wajah””. *Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*. UNIVERSITAS PAULANG. Vol. 4, No. 7 April 2017.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. (Trans: Application of Multivariate Analysis using SPSS)*. Badan Penerbit UNDIP, ISBN 979.704.300.2. Semarang.
- Hakim dan Yahya 2016. Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. STIESIA. Volume 5, Nomor 11
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran terj* :Bob Sabran. Edisi 12. Jilid 1. Penerbit Erlangga
- _____, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran terj* :Bob Sabran. Edisi 12. Jilid 2. Penerbit Erlangga
- _____, 2011. *Marketing Introduction*. Edisi kesepuluh. Pearson. Indonesia.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran terj* :Bob Sabran. Edisi 13. Jilid 1. Penerbit Erlangga
- _____, 2009. *Manajemen Pemasaran terj* :Bob Sabran. Edisi 13. Jilid 2. Penerbit Erlangga
- Monalisa. 2016. Variabel-Variabel Produk yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Pembelian Produk Tupperware pada PT. Syamdifa Salsa Utama di Samarinda. *eJournal Ilmu Administrasi Bisnis*. Universitas Mulawarman. Volume 4, Nomor 1
- Muttaqin 2016. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Asuransi Jasaraharja Putera Semarang. *Skripsi*. Semarang. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. UNIVERSITAS DIPONEGORO.
- Nitisutrasto. 2013. *Perilaku konsumen dalam perspektif kewirausahaan*. Bandung. ALFABETA.





- Nurhanifah 2014. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Skripsi*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Rahmadani, Wahyu. 2015. Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT Tiga Putri Mutiara Palembang. *Proposal Laporan Akhir*. Jurusan Administrasi Bisnis. Palembang. Politeknik Negeri Sriwijaya.
- Raras 2014. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian. *Skripsi*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Sejati, Bayu Sutrisna Aria dan Yahya. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. STIESIA. Volume 5, Nomor 3 Maret 2016.
- Soenawan, Alfredo Dwitama dan Edward Stephen Malonda. 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D'Stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*. Fakultas Ekonomi. Volume 3, Nomor 2
- Sugiyono, 2008, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta
- _____. 2013, *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyadi dan Purwanto S. K. 2009. *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*: Jakarta. Salemba Empat.
- Sumawardani, et. al 2016. Pengaruh kualitas pelayanan, desain, dan harga terhadap kepuasan pelanggan yang berdampak pada peningkatan penjualan di percetakan Teaching factory gradasi semarang. *Journal of Management*. Universitas Pandanaran Semarang . Vol.2 No.2
- Triyanto, Bayu. 2014. Analisis Pengaruh Produk, Promosi, Harga, dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Keolahragaan. Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Virawan, Wayan Adi. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan pembelian (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Pengguna Helm INK). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Widya 2016. Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen ROWN DIVISION kota Surakarta. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Surakarta.



- Wiratama, Aditya. 2012. Analisis Pengaruh Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Nike di Kota Semarang. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Diponegoro Semarang
- Yulimar. 2013. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Indrako Taluk Kuantan. *Tugas Akhir*. Fakultas Sains dan Teknologi. Pekanbaru. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Yunda, Citra Faizah Putri. 2014. Analisis Pengaruh Lokasi, Persepsi, Harga, dan Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Zakaria dan suwitho. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. STIESIA*. Volume 6, Nomor 4, April 2017
- Zulkarnaim, Tommy dan Triyonowati 2015. Pengaruh Produk, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. STIESIA*. Volume 4, Nomor 7 Juli 2015.
- Zulaicha, Santri dan Rusda 2016. Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam. *Jurnal Inovasi dan Bisnis. POLITEKNIK NEGERI BATAM*. Vol. 4, No. 2 Desember 2016.