

BAB V

PENUTUP

5.1 SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel *Advertising* (X_1) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Dapur Arum *Food Court* Delta Plaza Surabaya dengan nilai $t_{hitung} 0,965 < \text{nilai } t_{tabel} 2,01174$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,340 > 0,05$.
2. Variabel *Sales promotion* (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Dapur Arum *Food Court* Delta Plaza Surabaya dengan nilai $t_{hitung} 2,808 > \text{nilai } t_{tabel} 2,01174$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,007 < 0,05$.
3. Berdasarkan pengujian Koefisien Determinasi (R^2) nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,217 atau 21,7 %. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *advertising* (X_1) dan *sales promotion* (X_2) memiliki kontribusi rendah terhadap keputusan pembelian (Y) pada Dapur Arum *Food Court* Delta Plaza Surabaya. Hal tersebut dilihat dari sumbangan yang diberikan sebesar 21,7 %, sedangkan sisanya 78,3 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.



5.2 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, pengujian dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya, ada beberapa saran bagi pembaca maupun Dapur Arum *Food Court* Delta Plaza Surabaya. Adapun saran-saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Dapur Arum *Food Court* Delta Plaza Surabaya dengan hasil penelitian yang sudah dilakukan, dapat menjadi evaluasi untuk lebih meningkatkan *Sales promotion* seperti menambah *voucher* belanja atau memberi diskon di hari besar tertentu. Seperti hari kartini, hari ibu dll. Memperbanyak menu paketan dan menambah produk sampingan, agar keputusan pembelian semakin lebih meningkat.
2. Bagi peneliti lain:
 - a. Bagi peneliti lain yang akan melanjutkan penelitian ini, diharapkan untuk mengganti atau menambah variabel lain diluar variabel penelitian ini, karena dari hasil pengujian Koefisien Determinasi (R^2) sumbangan yang diberikan hanya sebesar 21,7 %, sedangkan sisanya 78,3 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.
 - b. Bagi para peneliti yang berminat untuk melakukan kajian ulang penelitian ini, diharapkan untuk dapat mendampingi responden pada saat pengisian kuesioner agar responden dapat memahami maksud pernyataan atau pertanyaan, sehingga dapat memperoleh hasil yang maksimal.



- c. Bagi para peneliti yang berminat untuk melakukan kajian ulang penelitian ini, diharapkan untuk membuat pertanyaan terbuka atau wawancara untuk memperoleh hasil yang lebih maksimal.





DAFTAR PUSTAKA

- Achidah, Nur dkk. 2016. Pengaruh Promosi, Harga dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio GT. *Journal Of Management*. Vol 2. No.2. Universitas Pandanaran Semarang.
- Agustin. 2017. Pengaruh *Advertising, Personal Selling* dan *Public Relations* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ladaku di kota Kediri (Studi Kasus pada PT. Hasil Tunas Cemerlang). *Jurnal Simki-Ekonomi*. Vol 01. No.11. Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Anggraini dan Asih. 2015 .Pengaruh *Advertising, Personal Selling* dan *Sales Promotion* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome Pada PT Telkom Indonesia Witel Jatim selatan (Telkom Blimbing Malang). *Jurnal Aplikasi Bisnis*. Vol 4. No.11. Universitas Politeknik Malang.
- Apriliya, Linggar. 2016. Pengaruh Word Of Mouth, Kesadaran Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Mie Akhirat di Surabaya). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol 8. No 2. Universitas Negri Surabaya.
- Aswani dan Mashyuri. 2011. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang : Uin Maliki Press.
- Daryato, 2013. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Cetak II. Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Ferdinand, A. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Lupiyoadi, Rahmat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Jakarta : Salemba Empat.
- Natalia, dan Mumuh. 2014. Pengaruh Periklanan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Axiata Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*. Vol 2. No.2. Sekolah Tinggi Ilmu Kesatuan Bogor, Indonesia.
- Nuraini. 2017. Pengaruh Promosi Developer Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol 7. No 2. Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Primatika dan Astuti. 2018. _Analisis Pengaruh Periklanan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Ekuitas Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Nescafe di Kota Semarang. *Journal Of Management*. Vol 7. No 2. Universitas Diponegoro Semarang.
- Priyatno, Duwi. 2013. *Lima Jam Olah Data dengan SPSS 2019*. Yogyakarta: Andi



- Riduwan. 2014. *Rumus dan Data Dalam Aplikasi Statistika*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sari, Ni Putu Wistrya dan Agung Ketut Sri Ardani. 2015 Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Oles Bosakhi .*Jurnal Manajemen* Vol 4. No.5. Universitas Udayani.
- Schiffman dan Kanuk. 2010. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta: PT Indeks.
- _____. 2009. *Perilaku Konsumen*. Edisi 6. Jakarta: PT Indeks.
- Setiyaningrum, Ari. Jusuf, Udaya. Dan Efendi. 2015. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- Siregar, Syofian. 2014. *Statistik Parametrik Untuk Penentuan Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2014. *Memahami Penelitian Manajemen I* Bandung: Alfabeta.
- Sujawerni, V dan Poly, Endrayanto.2012. *Statistika untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sumarwan. 2014. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis *Skutermatic*. *Jurnal Penelitian*. Vol. 9. No.1. Universitas Indonesia.
- Sunyonto, Danang. 2015 *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, CAPS, Jojakarta.
- Suryana. 2013. *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- _____. 2014. *Kewirausahaan Kiat dan proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Kasus.
- Susanto. 2013. Analisis Pengaruh Promosi, Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Roti Bakar 88 Tangerang. *Jurnal Ekonomi Manajemen*. Vol. 2. No. 1. Jakarta. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bisnis Indonesia.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran* . Edisi 3. Yogyakarta; Andi.
- Tanoni, Romy Victor. 2012. *Pengaruh Iklan terhadap Niat Beli melalui Citra Merek dan Sikap Produk Mizone di Surabaya*. Surabaya: Unika Widya Mandala.
- Utami, Christina Widya. 2008. *Manajemen Barang Dagang dalam Bisnis Ritel*. Malang : Banyumedia.
- Windusara dan Agung. 2015. Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian OPPO *Smartphone*. *Jurnal Manajemen*. Vol 4. No.12. Universitas Udayana Bali.
- Zikmud dan Babin. 2013. *Menjelajahi Riset Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.

Wahyuni. 2015. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.

