

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Simpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang sesuai tujuan hipotesis dengan menggunakan regresi linier berganda, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) pada Depot Ayam Bakar Pak 'D' Nginden di Surabaya, karena nilai t hitung  $>$  t tabel ( $2,252 > 1,98010$ ).
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) pada Depot Ayam Bakar Pak 'D' Nginden di Surabaya, karena nilai t hitung  $>$  t tabel ( $2,161 > 1,98010$ ).
3. Lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) pada Depot Ayam Bakar Pak 'D' Nginden di Surabaya, karena nilai t hitung  $<$  t tabel ( $0,466 < 1,98010$ ).
4. Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) pada Depot Ayam Bakar Pak 'D' Nginden di Surabaya, karena nilai t hitung  $>$  t tabel ( $3,729 > 1,98010$ ).
5. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) pada Depot Ayam Bakar Pak 'D' Nginden di Surabaya, karena nilai t hitung  $>$  t tabel ( $2,363 > 1,98010$ ).

6. Hasil uji regresi pengaruh linear berganda maka dari 5 variabel independen yang memiliki kontribusi paling besar adalah variabel promosi (X4) yaitu 0,365 atau 36,5%.
7. Hasil koefisien determinan menunjukkan *adjusted R square* sebesar 0,610 (61%), artinya variabel independen yaitu kualitas produk (X1), harga (X2), lokasi (X3), promosi (X4), dan kualitas pelayanan (X5) berkontribusi kuat terhadap variabel dependent yaitu keputusan pembelian konsumen (Y).

## 5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah ditetapkan dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Depot Ayam Bakar Pak 'D' Nginden di Surabaya diharapkan selalu konsisten dalam menjaga mutu produk, mulai dari rasa, aroma, dan hasil bakaran yang dihasilkan.
2. Depot Ayam Bakar Pak 'D' Nginden di Surabaya diharapkan konsisten mempertahankan harga yang terjangkau dengan mutu yang terbaik sesuai dengan segmentasi/target pasar yang dituju, walaupun harga pasar bahan baku diluar sedang tidak stabil.
3. Depot Ayam Bakar Pak 'D' Nginden di Surabaya diharapkan terus mampu membuat promo-promo yang menarik dengan harga yang terjangkau bagi segmentasi/target pasar. Terdapat beberapa cara yaitu dengan membuat kartu pelanggan untuk 10 kali pembelian dapat gratis 1 kali pembelian dengan mengumpulkan stamp pada kasir, dan potongan 5% setiap bulan bagi yang berulang tahun dengan menunjukkan kartu identitas pada kasir. Kemudian juga memperbanyak dalam hal penyebaran informasi promo

dalam dunia maya yang mudah diakses dan diketahui oleh banyak orang, tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar dan waktu yang lama dalam penyebarannya.

4. Depot Ayam Bakar Pak 'D' Nginden di Surabaya diharapkan selalu konsisten menjaga mutu pelayanannya, mulai dari kerapian dan kebersihan karyawan, kecepatan karyawan dalam melayani konsumen, karyawan tanggap dan memahami kebutuhan konsumen.
5. Bagi penelitian berikutnya, diharapkan dapat melanjutkan penelitian ini dengan menambah variabel lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro. 2014. Manajemen Pemasaran, Analisis untuk Perencanaan Strategi Pemasaran. Yogyakarta: UPP Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Amelia. N. S., dan Abubakar. 2010. Kualitas Layanan Penyuluhan Pertanian dan Kepuasan Petani Dalam Penanganan dan Pengelolaan Hasil Ubi Jalar. *Jurnal Penyuluhan Pertanian*. Vol. 5. No. 1. Mei.
- Arief. 2007. Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan. Malang: Banyumedia Publishing.
- Atmaja, Desy Purwanti dan Adiwinata, Martinus Febrian. 2013. Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopitiam Oey Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*. Vol. 1. No. 2. (12-23).
- Atmodjo, Marsum W. 2005. Restoran dan Segala Permasalahannya. Yogyakarta: Andi.
- Badan Pusat Statistik. <https://jatim.bps.go.id/dynamictable/2017/10/17/137/jumlah-restoran-rumah-makan-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-timur-2013---2016.html>.
- Boone, Louis E., dan Kurtz, David L. 2002. Pengantar Bisnis. Jilid ke-1. Terjemahan Anwar Fadriansyah. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Buchari, Alma. 2007. Manajemen Pemasaran dan Manajemen Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Cannon, Joseph P., William D. Perreault Jr. dan Jerome McCarthy. 2008. Alih Bahasa: Diana Angelica dan Ria Cahyani. Dasar-Dasar Pemasaran: Pendekatan Manajerial Global. Buku 2. Edisi 16. Jakarta: Salemba Empat.
- Daryanto. 2011. Manajemen Pemasaran. Cetakan Pertama. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- DetikFood. <https://food.detik.com/info-sehat/d-2228408/inilah-alasan-pola-makan-wanita-dan-pria-berbeda>
- Ferdinand, Augusty. 2006. Metode Penelitian Manajemen. Edisi Kedua. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fristiana, Dessy Amelia. 2012. Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ramai Swalayan Peterongan Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Universitas Diponegoro Semarang. Vol. 1. No. 1. Oktober (118-127).
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Handoko, T. Hani. 2002. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE.
- Hariadi, Doni. 2013. Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Projector Microvision. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 1. No. 1. (67-87).
- Internal Depot Ayam Bakar Pak 'D' Nginden.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) *Online*. <https://kbbi.web.id/kualitas>
- Kasmir. 2006. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kismono, Gugup. 2011. *Bisnis Pengantar*. Edisi Dua. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Komalasari, Kokom. 2011. *Pembelajaran Kontekstual Konsep dan Aplikasi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Kotler, Philip and Armstrong, Gerry. 2014. *Principle Of Marketing*. 15<sup>th</sup> edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2016. *Marketing Management*. 15<sup>th</sup> edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Luthfia, Widha Emil. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Coffee Shop* Kofisyop Tembalang. *Skripsi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Machfoedz, Mahmud. 2013. *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Pemasaran YPKPN.
- Mantik, Ardy dkk. 2015. Motivasi Dan Persepsi Konsumen Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Di KFC Mega Mall Manado. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Akuntansi (EMBA)*. Universitas Sam Ratulangi Manado. Vol. 3. No. 1. Maret (378-387).
- Ma'ruf, Hendri. 2005. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Mongi, Lidya dkk. 2013. Kualitas Produk, Strategi Promosi Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel Di Kota Manado. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Akuntansi (EMBA)*. Universitas Sam Ratulangi Manado. Vol. 1. No. 4. Desember (2336-2346).
- Mulyatiningsih, Endang. 2012. *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Mursid, M. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Askara.

- Oentoro, Deliyanti. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Penerbit Lakbang Pressindo.
- Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. 2014. No. 11. <https://docplayer.info/268955-Salinan-peraturan-menteri-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif-republik-indonesia-nomor-16-tahun-2014-tentang-standar-usaha-karaoke.html>
- Peter, J. Paul dan Jerry, C. Olson. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Jilid Kedua. Jakarta: Selemba Empat.
- Prasetyo, Olvie Okta dkk. 2012. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio (Studi kasus pada PT. Harpindo Jaya Majapahit Semarang 2010). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Universitas Diponegoro Semarang. Vol. 1. No. 1. Oktober (202-211).
- Priyatno, Duwi. 2011. *Buku Saku Analisis Statistik Data SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Purnama, Hadi. 2011. *Media Sosial Di Era Pemasaran 3.0. Corporate and Marketing Communication*. Jakarta: Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ratnasari, Tri Ririn dan Aksa, Mastuti H. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit: Ghalia Indonesia.
- Saleh, A. Muwafik. 2010. *Manajemen Pelayanan*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Sangadji, E. M., dan Sopiiah. 2013. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid II. Jakarta: Erlangga.
- Santoso, S. 2010. *Statistik Multivariat Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Schiffman, Leon G. Leslie dan Lazar Kanuk. 2004. *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa Oleh Zoelkifli Kasip. Edisi Ketujuh. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Sinambow, Sandy dan Trang, Irvan. 2015. Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Komputer Game Zone Mega Mall Manado. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Akuntansi (EMBA)*. Universitas Sam Ratulangi Manado. Vol. 3. No. 3. September (300-311).
- Soekresno. 2000. *Manajemen Food and Beverage*. Edisi ke II. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Suarthana. 2006. *Manajemen Perhotelan Edisi Kantor Depan*. Bali: Mapindo.
- Sudjana. 2005. *Metode Statistika*. Edisi ke-6. Bandung: Tarsito.

- Sugiyono. 2012. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sumarni, Murti dan Soeprihanto, John. 2010. Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan). Edisi ke 5. Yogyakarta: Liberty.
- Supriyati. 2011. Metodologi Penelitian. Bandung: Labkat press.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2003. Azas-Azas *Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2008. Manajemen Pemasaran Modern. Edisi Kedua. Cetakan Ke-13. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy. 2002. Manajemen Jasa. Yogyakarta: Andi Offset.
- \_\_\_\_\_. 2005. Pemasaran Jasa. Edisi I. Yogyakarta: Penerbit Bayumedia publishing.
- \_\_\_\_\_. 2012. *Service Management* Mewujudkan Layanan Prima. Edisi II. Yogyakarta: Andi Offset.
- \_\_\_\_\_ dan Chandra, Gregorius. 2011. Service, Quality and Satisfaction. Edisi ketiga. Yogyakarta: Andi Offset.
- \_\_\_\_\_ dan Chandra, Gregorius. 2012. Pemasaran Strategik. Yogyakarta: Andi Offset.
- \_\_\_\_\_. 2014. Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta: Andi Offset.
- \_\_\_\_\_. 2015. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tribun Jatim. <http://jatim.tribunnews.com/2018/04/17/bisnis-kuliner-di-surabaya-sangat-potensial-apkrindo-sebut-akan-ada-program-sertifikasi>
- Utami, Christina Whidya. 2012. Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Ritel Modern). Jakarta: Salemba Empat.
- Walukow, A. L. Pratisitia dkk. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Bentenan Center Sonder Minahasa. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Akuntansi (EMBA)*. Universitas Sam Ratulangi Manado. Vol. 2. No. 3. September (1686-1814).
- Weenas, Jackson R. S. 2013. Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Akuntansi (EMBA)*. Universitas Sam Ratulangi Manado. Vol. 1. No. 4. Desember (607-618).

Zeithaml, Valarie A., and Bitner, Mary Jo. 2002. *Service Marketing. Int'l Edition.*  
New York: McGraw Hill Inc.