

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Hasil penelitian dan pembahasan yang sesuai tujuan hipotesis dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan *Store Atmosphere*” dengan menggunakan uji regresi linear berganda, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel Produk (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen di bakso Boedjangan Surabaya, pelanggan makan di bakso Boedjangan tidak melihat produk tetapi melihat harga dan promosi yang diberikan oleh bakso Boedjangan, karena produk bakso memiliki rasa yang sama seperti bakso yang lain yaitu sama berbahan dasar daging hanya varian isi dalam bakso yang berbeda.
2. Variabel Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen di bakso Boedjangan Surabaya, pelanggan makan di bakso Boedjangan karena melihat kesesuaian harga dengan kualitas rasa dan porsi yang didapatkan.
3. Variabel Promosi (X3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen di bakso Boedjangan Surabaya, pelanggan makan di bakso Boedjangan karena melihat promosi yang dilakukan oleh bakso Boedjangan untuk menarik minat konsumen.
4. Variabel *Store Atmosphere* (X4) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen di bakso Boedjangan Surabaya,



pelanggan makan di bakso Boedjangan tidak melihat *store atmosphere* tetapi melihat harga dan promosi yang diberikan oleh bakso Boedjangan.

5.2 Saran

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

1. Produk memiliki hasil tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dengan demikian diharapkan kepada management dari Bakso Boedjangan di Surabaya untuk tetap mempertahankan cita rasa dari produk yang ditawarkan melalui inovasi rasa dengan mengikuti yang sedang banyak digemari oleh konsumen.
2. Harga memiliki hasil berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan demikian diharapkan kepada manajemen bakso Boedjangan di Surabaya lebih menyesuaikan harga dengan membuat varian harga yang lebih banyak agar konsumen dapat memilih produk yang diinginkan sesuai dengan daya beli konsumen dan sesuai dengan porsi yang akan didapatkan.
3. Promosi memiliki hasil penelitian berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan demikian management bakso Boedjangan di Surabaya bisa membuat promosi seperti paket makan bakso untuk keluarga yang makan dihari sabtu mendapatkan *cashback*, membuat promosi buy 1 get 1 untuk konsumen yang masih pelajar dengan menunjukkan kartu pelajar, membuat paket makan gratis khusus dihari kemerdekaan (tanggal 17 Agustus) untuk konsumen yang hafal lagu indonesia raya dan 17 agustus.



4. *Store Atmosphere* memiliki hasil tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, management bakso Boedjangan untuk tetap mempertahankan *store atmosphere* dengan membuat satu titik untuk spot foto yang dibuat lebih *instagramable* agar menarik perhatian kaum muda lebih banyak lagi.



Daftar Pustaka

- Aminudin, Lucky, 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada KFC Mega Mas Manado. *Jurnal berkala Ilmiah Efisiensi*. Universitas Sam Ratulangi. Vol.5.No.5.
- Armstrong, Gary dan Philip Kotler, 2015. *Marketing an Introducing*. Prentice Hall twelfth Edition , England : Pearson Education, Inc.
- Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id>
<https://jatim.bps.go.id/statictable/2019/10/08/1578/jumlah-rumah-makan-restoran-di-provinsi-jawa-timur-menurut-kabupaten-kota-2014-2018.html>
- Berman, Barry dan Joel R. Evans, 2011. *Retail Management*. 12th Edition. Jakarta: Pearson
- Chambers, Robert, 1995. Poverty and Livelihood: *Whose Reality Counts, Discussion Paper 347*, Brighton : *Institute of Development Studies*.
- Daryanto dan Ismanto Setyobudi, 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Cetakan pertama.Yogyakarta:Gava Media.
- Dessyana,Cindy Juwita, 2013. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Texas Chicken Multimart II Manado.*Jurnal EMBA*.Vol.1.No.3.
- Dunia, Ahmad Firdaus dan Wasilah Abdullah, 2013. *Akuntansi Biaya*. Edisi 3.Jakarta:Salemba Empat
- Echols, John M. dan Hassan Shadily, 1990. kamus Inggris Indonesia : *An English - Indonesian Dictionary*. Jakarta: PT. Gramedia
- Ferdinand, Augusty, 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi 5. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gama, Agus Wahyudi Salasa, Ni Wayan Rustiarini dan Ni Putu Nita Anggraini, 2016. Pengaruh Lokasi, Fasilitas, dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pasar Seni Guwang Sukawati). *Fakultas Ekonomi, Universitas Mahasaraswati Denpasar*. Vol.11.No.1
- Ghozali, Imam, 2013. *Alikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Cetakan Ke-4*.Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- , 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.





- Guntur, Effendi M., 2010. *Transformasi Manajemen Pemasaran dan Membangun Citra Negara*. Jakarta:Sagung Seto.
- Hasan, Ali, 2010. *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta : Media Presindo.
- Kantohe, Junitrianto dan Merlyn Karuntu, 2014. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Berbelanja Pada Fiesta Pasar Swalayan Manado. *Jurnal EMBA Vol.2 No.1*. Manado : Fakultas Ekonomi. Universitas Sam Ratulangi.
- Kanuk, Leslie Lazar dan Leon Schiffman, 2008. *Perilaku Konsumen Edisi 7*. Jakarta: Indeks.
- Kemenperin, 2018. Kebijakan Sektor Industri Makanan dan Minuman dalam Rangka Implementasi Roadmap Industri 4.0 https://forbil.org/manage/statics/publication/21/Forbil_EBook_Series_OktI_Industri_Makanan_dan_Minuman.pdf
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2016. *Principles of Marketing 12th Edition Jilid 1* Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- , dan Kevin Lane Keller, 2011. *Manajemen Pemasaran*.Edisi Ketigabelas Jilid 1 dan 2 Cetakan Keempat.Jakarta:PT.Indeks.
- , 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga
- , 2016. *Marketing Managemen 15th Edition*. Pearson Education,Inc.
- Kurnia, Muhammad, 2016. Pengaruh Merek, Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Peralatan Olahraga Tennis Meja OKE Sport di Kecamatan Wonosari. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*. Vol.24.No.1.
- Levy, M., & Weitz, B. A, 2011. *Retailing Management*. Edisi ke-4. Richard D. Irwin Inc.
- Manap,Abdul, 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*.Jakarta:Mitra Wacana Media.
- Ma'ruf,Hendri, 2006. *Pemasaran Ritel*.Jakarta:PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Nurhayati,Siti, 2017. Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Yogyakarta..*JMBA*.Vol.4.No.2.



- Nuvriasari, Audita, 2018. Pengaruh Citra Merek, Kualitas, Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Eiger. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis (JPEB)*. Vol.03.No.02.
- Putra, Anindita dan Suhartini, 2014. The Evaluation of Indonesia Import Policies of Garlic. *Green Journal of Business and Management Studies* Vol.5.No.1
- Priyatno, Duwi, 2010. *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS v 22*, Yogyakarta: Mediakom.
- Rakasiwi, Aswin, 2016. Pengaruh Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Batu Mulia Pada Toko Safhira Galeri Surakarta. *Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah Fakultas Ekonomi*. Vol.14.No.3.
- Riyono dan Budiharja, 2016. Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati. *Jurnal STIE Semarang*. Vol.8.No.2.
- Santoso dan Ashari, 2010. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Santoso dan Singgih, 2010. *Statistik Non Parametrik Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sari, Irine Diana, 2010. *Manajemen Pemasaran Usaha Kesehatan*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Setiadi, Nugroho J, 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Kencana.
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiani, 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian yang berdampak pada loyalitas Pelanggan pada produk Hydro Coco Pt Kalbe Farma. *EDUKA Jurnal Pendidikan, Hukum dan Bisnis*. Universitas Pamulang Vol. 2 No.4
- Suryana, 2014:205. *Kewirausahaan : Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Jakarta : Salemba Empat.
- Susilo, Agung, 2017. Pengaruh Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda pada Agung Motor (Studi pada Konsumen di Nganjuk Tahun 2015). *Jurnal Simki-Economic*. Universitas Nusantara PGRI Kediri. Vol.01.No.06.
- Swastha, Basu, 2010. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- , 2013. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.



Syofian,Siregar, 2014. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual & Aplikasi SPSS Versi 17*.Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Tjiptono, Fandy, 2014. *Strategi Pemasaran*.Yogyakarta:Andi Offset

-----, 2012. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta:CV. Andi Offset.

Umar,Husein, 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi ke-11. Jakarta : Raa Grafindo Persada Kedua, Universitas Diponegoro.

Utami, Christian Whidya, 2010. *Manajemen Ritel : Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Edisi ke-2. Jakarta : Salemba Empat.

Wahjono,Sentot Imam, 2010. *Perilaku Organisasi*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Graha Ilmu

Walukow,Agnes Ligia, 2014. Pengaruh Produk,Harga,Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Bentenan Center Sonder Minahasa. *Jurnal EMBA*. Universitas Sam Ratulangi Manado.Vol.2.No.3.