



BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Hasil dari penelitian dan Pembahasan yang sesuai dengan tujuan hipotesis dengan menggunakan regresi linear berganda maka dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Holland Bakery Plaza Surabaya. Hal ini terbukti dengan nilai t hitung $>$ nilai t tabel yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga hipotesa yang menyatakan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *Holland Bakery* Plaza Surabaya diterima. Dalam membeli produk *Holland Bakery* konsumen paling banyak memperhatikan pada kualitas produk yang diberikan. Hal ini membuktikan bahwa konsumen dalam membeli produk *Holland Bakery* konsumen paling banyak memperhatikan kualitas produk yang diberikan. Konsumen juga setuju bahwa produk yang dijual sesuai dengan harapan atau ekspektasi yang dibayangkan. Produk *Holland Bakery* juga dapat bertahan lama sesuai dengan *expired date*.
2. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Holland Bakery Plaza Surabaya. Hal ini terbukti dengan nilai t hitung $<$ nilai t tabel yang berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak, sehingga hipotesa yang menyatakan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan



pembelian pada *Holland Bakery* Plaza Surabaya ditolak. Konsumen yang membeli produk *Holland Bakery* rata – rata tidak terlalu memperhatikan atau tidak *sensitive* dengan harga yang ditawarkan. Selain itu konsumen juga kurang setuju bahwa produk yang dijual lebih mahal dibandingkan produk yang dijual oleh toko roti lain yang ada di Plaza Surabaya. Terakhir ada konsumen yang kurang setuju bahwa harga *bakery* yang dijual *Holland Bakery* sesuai dengan manfaat yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

3. Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Holland Bakery* Plaza Surabaya. Hal ini terbukti dengan nilai t hitung $>$ nilai t tabel yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga hipotesa yang menyatakan citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *Holland Bakery* Plaza Surabaya diterima. Hal ini didukung dengan rata – rata jawaban konsumen paling banyak pada pernyataan bahwa mereka telah lama mengenal *Holland Bakery* yang termasuk dalam kriteria sangat setuju. Konsumen juga setuju *Holland Bakery* mudah diingat karena ciri khas yang unik, mudah dikenal diantara merk bakery yang lainnya dan merupakan merek yang elegan, terbukti dengan rata – rata jawaban konsumen yang masuk dalam kriteria sangat setuju. Para responden juga setuju bahwa saat membawa produk *Holland Bakery* memberikan kesan yang berkualitas dan bermerek sesuai dengan rata – rata jawaban konsumen yang masuk dalam kriteria setuju.

5.2 Saran

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

1. Produk yang dimiliki oleh Holland Bakery memiliki macam yang beragam dan memiliki kualitas yang baik karena dengan hal ini dapat banyak menarik minat para konsumen untuk membeli. Sehingga produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini diharapkan dapat ditingkatkan dengan cara selalu menambah inovasi atau kreasi baru seperti membuat cake huruf di varian cake atau membuat inovasi hiasan cake yang baru dan unik sesuai perkembangannya jaman dengan ciri khas yang telah dimiliki dan kualitas yang baik pula agar menarik lebih banyak konsumen.
2. Harga yang dimiliki oleh Holland Bakery sudah banyak diketahui oleh masyarakat luas dan banyak konsumen yang tidak terlalu mempermasalahkan harga yang ada, karena banyak konsumen sudah memperkirakan harga produk yang dijual. Maka dari itu diharapkan Holland Bakery dapat mempertahankan harga yang ada saat ini sesuai dengan produk yang dijual.
3. Citra merek yang dimiliki sudah banyak diketahui oleh masyarakat luas dengan toko roti modern lama yang memiliki kualitas yang baik juga banyak di senangi oleh berbagai kalangan usia terutama pada usia 30 ke atas. Maka dari itu Holland Bakery diharapkan dapat terus mempertahankan citra merek yang sudah dimiliki selama bertahun –



tahun dengan mulai menambah gerai di mall – mall baik yang ada di Surabaya maupun di luar Surabaya.

4. Untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti tentang Holland Bakery diharapkan agar menggunakan variabel independent dan dependent yang lain atau mengganti variabel tersebut dengan variabel yang lain agar menambah banyak penelitian dan wawasan untuk pembaca.





DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah dan Tantri. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Depok: Rajagrafindo Persada.
- Adisaputro, Gunawan. 2014. *Manajemen Pemasaran (Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran)*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Ali, Hasan. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Arifin, Mutinda Teguh dan Hermanto. 2017. Pengaruh Produk, Harga, Distribusi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal ECOBUSS*. Fakultas Ekonomi Universitas Panca Marga Probolinggo. Vol. 5 No. 2.
- Augusty, Ferdinand. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Buchory, Herry Achmad dan Dajslim Saladin. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Danang, Sunyoto. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi 5. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gain, Robert, Christian Herdinata dan Krismi Budi Sienatra. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda Shirt. *Jurnal Manajemen dan Start Up Bisnis*. Universitas Ciputra. Vol.2.No.2.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hoyer, Wayne D. dan Deborah J. MacInnis. 2010. *Consumer Behavior*. USA: South Western Cengage Learning.
- Imantoro, Fatih, Suharyono dan Sunarti. 2018. Pengaruh Citra Merek, Iklan, dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Universitas Brawijaya Malang. Vol.57.No.1.
- Kemenperin. 2018. *Analisis Perkembangan Industri Edisi IV*. Pusdatin Kemenperin.
- Kotler, Philip. 2012. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*, Ninth Edition. New Jersey : Prentice Hall International Inc.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2016. *Principles of Marketing 16th Edition*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management*. New Jersey: Prentice.
- Malau, Herman. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Alfabeta.
- Manap, Abdul. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Mandey, Jilly Bernadette. 2013. Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild. *Jurnal EMBA*. Universitas Sam Ratulangi Manado. Vol.1.No.4, Hal.9.
- Mirabi, Vahidreza, Hamid Akbariyeh dan Hamid Tahmasebifard. *A Study of Factors Affecting on Customers Purchase Intention. Journal of Multidisciplinary Engineering Science and Technology (JMEST)*. Universitas Islam Azad Iran. Vol.2.No.1, Hal. 271.
- Nasution, Hamni Fadlilah. 2018. Pengaruh Kemudahan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Secara Online. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*. Vol.4.No.1, Hal.1.

- Nurhayati, Siti. 2017. Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Yogyakarta. *JBMA. Akademi Administrasi Ypk Yogyakarta*. Vol.4.No.2, Hal.60.
- Priyatno, Duwi. 2010. *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Rambat, Lupiyoadi dan A. Hamdani. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sahetapy, Jeofer Pratama. 2013. Diferensiasi Produk, Strategi Merek, Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Meubel UD Sinar Sakti Manado. *Jurnal Manajemen*. Vol.1.No.3.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sari, Devi Puspita dan Audita Nuvriasari. 2018. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Eiger. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Hal.1.
- Schiffman, Leon G. dan Leslie L. Kanuk. 2011. *Cosumer behavior*. New Jersey: Pearson Education.
- Senaen, Lady Fransisca dan Willem JF. Alfa Tumbuan. 2015. Pengaruh *People*, Proses, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota pada PT. Hasjrat Abadi Manado. *Jurnal EMBA*. Universitas Sam Ratulangi Manado. Vol.3.No.1, Hal.1.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suharno. 2010. *Marketing in Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Supranto, J. dan H. Nandan Limakrisna. 2011. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

- Swastha, Basu. 2009. Manajemen Penjualan. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2016. Pemasaran Esesi dan Aplikasi. Yogyakarta: Andi Offset.
- Walukow, Mananeke dan Sepang. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Benteran Center Sonder Minahasa. *Jurnal EMBA*. Universitas Sam Ratulangi Manado. Vol.2.No.3, Hal.1.
- Wida, Yohana. 2017. Pengaruh Product, Price, Palace dan Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Wisata Kuliner Deles dan Sentra PKL Convention Hall Surabaya. Universitas Katolik Darma Cendika.
- Wulandari, Dwi Ajeng dan Farah Oktafani. 2017. Pengaruh *Brand Image* terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepatu Nike. *Jurnal Computech dan Bisnis*. Universitas Telkom Bandung. Vol.11.No.1, Hal.56.
- Yustiawan, Ody. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario. *Jurnal ilmu dan riset manajemen*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surabaya. Vol.5: ISSN: 2461-0593.
- Zulaicha, Santri dan Rusda Irawati. 2016. Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam. *Jurnal Inovasi dan Bisnis*. Politeknik Negeri Batam. Vol.4.No.2, Hal.1.