

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan data analisis dan hasil pembahasan di bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil analisis deskriptif memberikan gambaran untuk kategori (PS-P) variabel atribut produk 64,80% (cukup baik), iklan kaboax 62,03% dan promosi penjualan 62,12% (cukup menarik) dan keputusan pembelian 62,09% (cukup baik). Hal ini terbukti dan sesuai dengan hipotesis yang dibuat yakni cukup baik/ cukup menarik.
2. Variabel atribut produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada Toko Graha Insan Surya Kupang. Jika dibandingkan dengan hipotesis yang dibuat maka hipotesis dalam penelitian ini terbukti.
3. Variabel iklan kaboax (X2) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada Toko Graha Insan Surya Kupang. Jika dibandingkan dengan hipotesis yang dibuat maka hipotesis dalam penelitian ini tidak terbukti.
4. Variabel promosi penjualan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada Toko Graha Insan Surya Kupang. Jika dibandingkan dengan hipotesis yang dibuat, maka hipotesis dalam penelitian ini terbukti.
5. Variabel atribut produk, iklan kaboax dan promosi penjualan secara simultan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Graha Insan Surya Kupang. Jika dibandingkan dengan hipotesis yang dibuat maka hipotesis dalam penelitian ini terbukti.

6. Hasil koefisien determinasi (R^2) adalah 91.1% yang merupakan kontribusi dari variabel atribut produk, iklan kaboax dan promosi penjualan, sedangkan sisanya yaitu 8.9% dapat dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini, yaitu lokasi dan suasana toko.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Toko Graha Insan Surya Kupang diharapkan memperhatikan atribut produk yang dijual, yaitu menambah aksesoris dari *handphone*, sehingga sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen.
2. Toko Graha Insan Surya Kupang diharapkan melakukan inovasi pada setiap iklan yang ditayangkan dalam *channel youtube* kaboax, seperti pesan yang jelas, penggunaan kata-kata yang mudah dimengerti oleh konsumen dan lucu, yang mengajak orang tertawa serta menambah frekuensi penayangannya, sehingga konsumen lebih mengingat produk-produk yang dijual pada Toko Graha Insan Surya Kupang.
3. Toko Graha Insan Surya Kupang diharapkan meningkatkan promosi penjualan, sering memberikan potongan harga dengan jangka waktu yang lebih lama, membuat brosur yang menarik dan menawarkan kepada konsumen agar dapat memotivasi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian pada Toko Graha Insan Surya Kupang.

4. Bagi Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, selanjutnya penelitian yang mencakup lebih banyak variabel akan dapat menghasilkan kesimpulan yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Engel. James F, Roger D. Blackwell, Paul. W Miniad. 1993 “**Consumer Behavior**”. Fort Wort (Amerika serikat):The Dryden Press.Budijanto (penerjemah) 1995, **Perilaku Membeli**. Edisi ke 6 jilid pertama. Jakarta : Binapura Aksara.
- Ghozali Imam, 2013. **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 21**. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kotler Philip and Amstrong Garry, 2001.”**Principles Of Marketing**”. Edition 12. New Jersey: Prentice Hall.. Damos Sihombing, (penerjemah) 2010 **Prinsip – prinsip Pemasaran**, Jilid 1 dan 2 Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip and Amstrong Garry, 2012. **Fundamentals Of Management**. Edition 14. New Jersey: Prentice Hall. Bob Sabran (penerjemah) 2014. **Dasar-Dasar Manajemen**, Edisi 14 Jilid 1, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler Philip and Amstrong Garry, 2014. **Principle Of Marketing**. Edition 15. New Jersey: Prentice Hall Bob Sabran (penerjemah) 2014. **Prinsip- Prinsip Pemasaran**, Edisi 15 Jilid 1, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler Philip, 2002. “**Marketing Management**”. Edition New Jersey: Prentice-Hall. The Millenium Edition. Hendra Teguh, Ronny A. Rusli, dan Benyamin Molan (penerjemah) 2002. **Manajemen Pemasaran**, Jilid 1. Edisi Milenium, Jakarta : Prenhallindo
- Kotler Philip and Keller kevin Lane, 2008. “**Marketing Management**. Edition 13. New Jersey: Prentice Hall. Bob Sabran (penerjemah) 2010. **Manajemen Pemasaran**. Edisi 13 Jilid 1, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler Philip and Keller Kevin, 2011. **Marketing Management**. Edition 13. New Jersey: Printice Hall. London. Bob Sabran (penerjemah) 2013. **Manajemen Pemasaran**, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Riduwan, 2004. Metode & Teknik Menyusun Tesis. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Setiadi Nugroho, 2003. **Perilaku Konsumen**, Edisi ke-1, Penerbit: Prenadamedia, Jakarta.
- Shimp Terence A. 2007 **Integrated Marketing Communication in Adveertising and Promotion**. Edition 8. South-Western:Cengage Learning.. Benyamin Molan (penerjemah) 2010, **Komunikasi pemasaran terpadu dalam periklanan dan promosi**. Edisi 8, Jakarta: Erlangga

Sugiyono, 2004. ***Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R dan D***. Bandung: Penerbit Alfabeta

Sugiyono, 2009. ***Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D***. Bandung: Penerbit Alfabeta

Tjiptono Fandy, 2005. ***Pemasaran Jasa***. Malang: Bayu Media Publishing

Tjiptono Fandy, 2011. ***Manajemen Strategi Merek***. Andi Offset, Edisi 1 Yogyakarta

Tjiptono Fandy, 2016. ***Pemasaran***. Andi Offset, Edisi 1 Yogyakarta

Jurnal Dan Skripsi:

Anggraini Tita 2017, dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Iklan Dan Promosi Penjualan Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion (Studi Pada Followers Online Shop @Reisagarage)”.

Febriana Chalifah 2015, dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Iklan Televisi Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswi Universitas Brawijaya Pengguna Produk Tresemme)”.

Haryani Dwi Septi 2019, dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Puspandari Asri Tanjung Pinang”.

Nopeyandi Muhammad 2018, dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Promosi Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sneakers (Studi Pada Konsumen Sneakers Di Kota Malang)”.

Pradana Mahir, Reventiary Avian 2016, dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Customade (Studi Di Merek Dagang Customade Indonesia)”.

Putri Cindy Septiana 2016, dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Atribut Produk, Promosi Penjualan, Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Motor Yamaha Pada Dealer Cahya Yamaha Kediri”.

Saidani Basrah, Ramadhan Dwi Raga 2013, dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Iklan Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Seri Galaxy (Survei Pada Pelanggan ITC ROXY MAS)”.

Sholihat Apriwati 2018, dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Krema Koffie”.

Siregar Angga Dermawan 2016, dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Kawasaki-Bajaj Pulsar 200 Ns Di Kota Bandar Lampung)”.

Sole Maria Jelita Malo 2020, dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Desain Produk, Suasana Toko, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Pelajar SMA Dan Mahasiswa Pada Toko Distro Lina Pratama Kupang”.

Wea Arlina Laurensia 2020, dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Tampilan Produk, Paket Bonus, Dan Harga psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Ramayana Mall.