

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Dalam penelitian ini dapat diambil beberapa kesimpulan antara lain :

1. Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap Variabel Keputusan Pembelian di Koperasi INTAKO Tanggulangin (Y).
2. Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa variabel Harga (X_1) tidak berpengaruh secara parsial terhadap Variabel Keputusan Pembelian di Koperasi INTAKO Tanggulangin (Y).
3. Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X_2) berpengaruh secara parsial terhadap Variabel Keputusan Pembelian di Koperasi INTAKO Tanggulangin (Y).

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah diuraikan maka dapat diberikan saran – saran yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan, yaitu :

1. Bagi Koperasi INTAKO Tanggulangin
 - a. Sebaiknya pihak Koperasi INTAKO Tanggulangin tetap menjaga dan mempertahankan kualitas produk dan memberikan harga produk yang terjangkau bagi masyarakat secara bersamaan, sehingga dapat eksis dan bertahan dalam dunia bisnis.

- b. Pihak Koperasi INTAKO Tanggulangin di harapkan tidak menurunkan kualitas produk untuk memberikan harga produk yang terjangkau bagi masyarakat.
- c. Pihak Koperasi INTAKO sebaiknya lebih memperhatikan pemberian harga produk, disarankan lebih banyak promosi harga, misalkan diskon untuk produk – produk tertentu agar harga produk di Koperasi INTAKO lebih berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
- d. Kualitas Produk di Koperasi INTAKO yang sudah bagus, diharapkan dapat di tingkatkan lagi agar pengaruhnya semakin besar terhadap Keputusan Pembelian.
- e. Untuk mempertahankan kualitas produk, disarankan pihak Koperasi INTAKO untuk menjaga keawetan produk tersebut, memberikan bahan – bahan yang berkualitas namun terjangkau, serta memberikan model – model atau bentuk barang yang kekinian sehingga akan makin Mempengaruhi Keputusan Pembelian.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi peneliti selanjutnya terkait dengan cara meningkatkan keputusan pembelian. Sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian.
- b. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menggunakan variabel berbeda yang sesuai dengan perkembangan jaman, misalkan variabel tentang *Online Shop* atau *Digital Marketing* dan sejenisnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar I. 2015. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, Surabaya. Vol. 04 No. 12.
- Buchari, Alma.2011.*Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Kotler, P. 2012. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*, Ninth Edition. New Jersey : Prentice Hall International Inc.
- Kotler, P., and Keller L. Kevin. (2012). *Marketing Management (14E)*. New Jersey: Pearson
- Kotler P and G.Amstrong. 2011.*Principle of marketing*,Edisi ke-5. New Jersey: Prentice Hall Internasional Edition.
- Kotler, Philip, dan Armstrong, G, 2012. *Principle of marketing*. Upper Saddle River, N.J: Pearson Prentice Hall.
- Kotler and G.Amstrong. 2012. *Marketing management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*, Edisi ke-9. New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Kotler and G.Amstrong, 2012. *Dasar-dasar pemasaran*, Edisi ke-6. Terjemahan Wilhemnus W. Bokowatum. Jakarta : Intermedia Jakarta
- Lupiyoadi, R. 2011.*Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Salemba Empat
- Mulyana. 2016. *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pebelian Indihome*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*.
- Robert Gain, Christian Herdinata, Dan Krismi Budi Sienatra. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda Shirt*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*.
- Subroto, B. 2011. *Pemasaran Industri (Business to Business Marketing)* Yogyakarta : CV.Andi Offset

- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, F. 2011. *Strategi Pemasaran*, Edisi ke-1. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tjiptono, F. 2012. *Strategi Pemasaran*, Edisi ke-2. Yogyakarta : Andi Offset.
- Ummu Habibah dan Sumiati. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*.