

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 144 responden, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Hasil jawaban responden terhadap variabel keputusan pembelian, minat beli konsumen, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga masing-masing bernilai 80,66% , 75,38% , 77,38% , 76,64% , dan 73,65%. Persepsi responden tersebut terkategori “baik”.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada Pabrik Tahu Pink Jaya Oebufu Kota Kupang.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada Pabrik Tahu Pink Jaya Oebufu Kota Kupang.
4. Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada Pabrik Tahu Pink Jaya Oebufu Kota Kupang.
5. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Pabrik Tahu Pink Jaya Oebufu Kota Kupang.
6. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Pabrik Tahu Pink Jaya Oebufu Kota Kupang..
7. Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Pabrik Tahu Pink Jaya Oebufu Kota Kupang.
8. Minat beli konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada pada Pabrik Tahu Pink Jaya Oebufu Kota Kupang.

9. Kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh minat beli konsumen pada Pabrik Tahu Pink Jaya Oebufu Kota Kupang.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, serta kesimpulan yang ada, sehingga dapat diberikan beberapa saran bagi pemilik Pabrik Tahu Pink Jaya Oebufu Kota Kupang serta peneliti lain.

1. Secara umum hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh, baik secara langsung maupun dimediasi oleh minat beli konsumen, terhadap keputusan pembelian. Hasil ini memberikan informasi kepada pemilik Pabrik Tahu Pink Jaya Oebufu Kota Kupang untuk lebih memperhatikan faktor-faktor tersebut karena akan mempengaruhi minat beli konsumen sehingga berdampak pada keputusan pembelian.
2. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa indikator daya saing harga memiliki persentase terendah dibandingkan indikator lain dalam penelitian ini yaitu sebesar 69,31%. Oleh karena itu, pemilik Pabrik Tahu Pink Jaya Oebufu Kota Kupang dianggap perlu untuk melakukan evaluasi ulang terhadap penetapan harga jual produk tahu tersebut agar tetap laku di pasaran.
3. Nilai *R-Square* untuk pengaruh variabel lain yang tidak dapat dijelaskan variabel dalam penelitian ini yaitu 39,2%. Variabel-variabel dimaksud terdiri dari faktor lokasi, promosi, distribusi serta faktor rangsangan pemasaran lainnya. Beberapa faktor tersebut dapat dijadikan rujukan bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian dalam lingkup yang sama.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adrian, Payne. 1993. *The Essence of Service Marketing*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Alteza, Muniya. 2011. *Pengantar Bisnis : Teori Dan Aplikasi Di Indonesia*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Angipora, Marius P. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Cetakan 2. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ann, Patricia dan Arthur. 2002. *Riset Keperawatan*. Jakarta: EGC.
- Arief. 2007. *Pemasaran Jasa Dan Kualitas Layanan*. Malang: Bunyumedia Publishing.
- Arikunto. 2004. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi 5. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, Dan Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Effendi, Usman. 2016. *Psikologi Konsumen*. Jakarta: Rajawali press.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, M. Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Greenberg, P. 2010. *Customer Relationship Management as The Speed Light : Social Customer Relationship Management Strategies, Tool, and Techniques for Engaging Your Customer*. Fourth Edi. New York: McGraw-Hill, Inc.
- Gronroos, C. 1991. "The Marketing Strategy Continuum: Toward Marketing Concept for The 1990s." *Management Decision* 29(1): 7–13.
- Harjadi, Dikdik dan Dewi Fatmasari. 2015. *Pengantar Bisnis : Teori Dan Konsep*. Kuningan: UNIKU Press.
- Herdiansyah, Choirul dkk. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening." *MANDAR: Management Development and Applied Research Journal* 4(1).
- Hilmawan, Ipan. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Vario Di Kota Serang)." *Jurnal Elektronik REKAMAN (Riset Ekonomi Bidang Manajemen dan Akuntansi)* 3(3).

- Hutri, Elvira Dwi dan Reni Yuliviona. 2022. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening.” *E-Journal Universitas Bung Hatta* 20(2).
- Irwansyah. 2021. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Penerbit Widina.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2014. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. ed. Bob Sabaran. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ke-1. ed. Bob Sabaran. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- . 2018. *Principles of Marketing*. 17th Editi. UK: Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Keller. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. ed. Bob Sabaran. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 3. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kristanto, Jajat. 2011. *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kurniawan, Gogi. 2020. *Perilaku Konsumen*. Cetakan Pe. Penerbit Mitra Abisatya.
- Latan, H. dan Imam Ghozali. 2012. *Partial Least Square : Konsep, Teknik Dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Lovelock, Christopher dan Wirtz Jochen. 2007. *Service Marketing: People, Technology, Strategy*. United States: McGraw-Hill, Inc.
- Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa : Berbasis Kompetensi*. Edisi 3. Makassar: Penerbit Salemba.
- Moenardy, Khalid Kasim. 2016. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Relationship Marketing Terhadap Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Switching Cost, Dan Retensi Pelanggan (Studi Pada Nasabah Bank NTT Di Provinsi Nusa Tenggara Timur).” Universitas Brawijaya.
- Nasution. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Nugraha. 2021. *Teori Perilaku Konsumen*. Jawa Tengah: Penerbit PT. Nasya Expanding Management.
- Parera, Maria Kornelia. 2020. “Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Sambal Luat Badan Usaha Milik Desa Sehati Desa Nekamese Kecamatan Amarasi Selatan Kabupaten Kupang.” Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
- Pramono, AG. Suyono dan Sri Sukmawati. 2012. *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Jakarta: Intidayu Press.

- Putri, Budi Rahayu Tanama. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Samu, Shridar dkk. 1999. "Using Advertising Alliances for New Product Introduction : Interaction Between Product Complementary and Promotional Strategies." *Journal of Marketing*: 57–74.
- Satriadi. 2021. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru.
- Setiadi, Nugroho J. 2013. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Kharisma Putra Utama.
- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Siar, Vensen Frits Oktrie. 2013. "Analisis Pengaruh Produk, Harga, Tempat, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Buku Sinode GMTI Kupang." Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
- Stanton, Wiliam J. 2012. *Prinsip Pemasaran*. Edisi ke-7. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugono, Dendy. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi keem. Jakarta: Penerbit Gramedia.
- Suryadi, Achmad dkk. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Istana Ban Ngaliyan – Semarang." *Journal of Management* 7(1).
- Swastha, Bayu dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Tjiptono, Fandi dan Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality, and Services*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Widayat, Wisnu dan Heri Purwanto. 2020. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Keberagaman Produk, Suasana Toko, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Pasar Tradisional Wonosobo)." *Journal of Economic, Business, Engineering (JEBE)* 2(1).
- Zeithaml, Valarie A. 1988. "Service Quality, Profitability, and The Economic Worth of Customers: What We Know and What We Need to Learn." *Journal of Academy of Marketing Science* 28(1): 67–85.