

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bagian sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis deskriptif memberikan gambaran kategori persepsi variabel kualitas produk, iklan, variabel hasrat emosional, dan variabel keputusan pembelian produk Kuliner Kelor di Toko Dekranasda Provinsi NTT tergolong baik, dengan nilai persentase masing–masing sebesar 72,39%, 69,12%, 69,11% dan 79,37%. Jika dibandingkan dengan hipotesis yang dibuat, maka hipotesis dalam penelitian ini tidak terbukti.
2. Variabel kualitas produk, variabel iklan dan variabel hasrat emosional secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Kuliner Kelor di Toko Dekranasda Provinsi NTT dan hasil ini menerima hipotesis yang diajukan. Variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Produk Kuliner Kelor yaitu variabel iklan, sehingga iklan yang dibuat Toko Dekranasda Provinsi NTT sangat dominan atau paling menentukan keputusan pembelian konsumen
3. Variabel kualitas produk, iklan, dan hasrat emosional secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian produk Kuliner Kelor di Toko Dekranasda Provinsi NTT. Jika dibandingkan dengan hipotesis yang dibuat maka hasil penelitian ini terbukti.
4. Hasil koefisien determinasi pada penelitian ini adalah sebesar 57,9%, di

mana variabel keputusan pembelian produk Kuliner Kelor di Toko Dekranasda Provinsi NTT, merupakan kontribusi dari tiga variabel bebas yakni variabel kualitas produk, iklan, dan hasrat emosional, sedangkan sisanya yaitu 42,1% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan data penelitian dan hasil pembahasan, peneliti dapat menyarankan hal-hal berikut:

1. Toko Dekranasda Provinsi NTT, Perlu menyampaikan kepada UMKM yang menghasilkan produk Kuliner Kelor tersebut untuk meningkatkan daya tahan dari produk tersebut dengan cara mengganti kemasan yang menggunakan bahan dari kertas menjadi kemasan dari bahan plastik yang kuat dan tebal agar tidak terkena angin, sehingga membuat produk tersebut lebih bertahan lama lagi untuk dijual atau dikonsumsi.
2. Toko Dekranasda Provinsi NTT, pesan yang disampaikan oleh Toko Dekranasda Provinsi NTT dalam iklan kurang menarik untuk mengajak masyarakat membeli produk Kuliner Kelor tersebut, sehingga Pengelola Toko Dekranasda Provinsi NTT perlu lebih berinovasi lagi dalam membuat pesan yang menarik seperti berkolaborasi dengan Marion Jola yang merupakan artis tanah air asal NTT, melalui ketenarannya dengan mudah membuat produk Kuliner Kelor menjadi terkenal dan mampu mengajak banyak orang untuk mencoba produk tersebut, yaitu

dengan cara mempromosikan melalui akun Instagram pribadi milik Marion Jola.

3. Toko Dekranasda Provinsi NTT, perolehan sertifikasi seperti label halal, atau sertifikasi keamanan pangan, serta komposisi yang digunakan perlu di cantumkan pada kemasan produk Kuliner Kelor, agar konsumen yang memiliki alergi dapat mengetahui bahan-bahan yang digunakan dari produk tersebut. Hal ini dapat memberikan keyakinan tambahan pada konsumen bahwa produk Kuliner Kelor telah memenuhi standar keamanan yang ditetapkan.
4. Bagi peneliti berikutnya yang ingin mengadakan riset serupa, agar dapat mengembangkan hasil penelitian ini dengan mengangkat objek penelitian kualitas produk, iklan, dan hasrat emosional serta faktor-faktor lain yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Arfah Yenni, 2022. *Keputusan Pembelian Produk*. Jakarta: PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Kotler Philip and Amstrong Garry, 2001. *Principles Of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall. Edition 12. Bob Sabran (penerjemah), 2008 *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1 Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler Philip and Keller Kevin, 2009. *Marketing Management*. Edition 13. Bob Sabran (Penerjemah). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1&2, Penerbit Erlangga. Jakarta
- Nainggolan, dkk, 2020. *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Putri, B.R.T., 2014. *Manajemen Pemasaran*. Denpasar. Penerbit Bali Media Adhikarsa
- Sangadji, M., Etta dan Sopiah, 2013. *Perilaku Konsumen* (Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Peneliti). Ed 1. Yogyakarta: Andi
- Sugiyono, 2013. *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Penerbit Alfabeta. Bandung
- Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Sudaryono, 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Edisi 1. Yogyakarta:Andi

Jurnal, Skripsi dan Tesis:

- Agustiansyah, 2019. Dalam penelitian yang berjudul “Analisi Pengaruh Faktor Emosional Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online”.
- Cassany Al Saluddin, 2019. Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Kelompok Referensi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Menggunakan Bahan Bakar Pertamina Di Kota Banda Aceh”.

- Djuang Gaudensius, 2006. Dalam penelitian yang berjudul “Motif Pelanggan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Koperasi Kredit di Kota Kupang”.
- Ellisyani Diti Nanda dan Setiawan Cahaya Kiki, 2016. Dalam penelitian yang berjudul “Regulasi Emosi Pada Korban *Bullying* Di SMA Muhammadiyah 2 Palembang”.
- Falaah Anisatun, 2020. Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wardah Exclusive Matte Lip Cream”.
- Fitri, Nisa Khoirotun, dkk, 2022. Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Iklan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Teh Javana (Studi Pada Konsumen Teh Javana di Kel. Tompokersan Lumajang)”.
- Ikawati Yuli, 2017. Dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware di Toko Sakinah Surabaya”.
- Isaskar Riyanti dan Shinta Agustina, 2011. Dalam penelitian yang berjudul “Model-Model Perilaku Konsumen”.
- Kurniawan dan Prihatini, 2018. Dalam penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sari Roti di Kota Semarang”.
- Kuspriyono Taat, 2018. Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Apartemen Meikarta”.
- Maharani Anggita, 2014. Dalam penelitian yang berjudul “Mengenal Kecerdasan Emosional Dalam Pembelajaran Matematika”.
- Marhaeni Sutji Luluk, 2021. Dalam penelitian yang berjudul “Daun Kelor Sebagai Sumber Pangan Fungsional Dan Antioksidan”.
- Melpiana Elvi, 2022. Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada MS GLOW BEAUTY”.
- Naoitupulu, B. A. L., 2017. Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Komitmen Organisasional, Motivasi Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Manajerial Pada Rumah Sakit Swasta Di Kota Pekanbaru”.
- Nugroho Alfian, 2017. Dalam penelitian yang berjudul “Citra Merek, Atribut Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian”.

- Poso Widyastuti Maria, 2021. Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Atribut Produk, Iklan Kaboax, Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Pada Toko Graha Insan Surya Kupang”.
- Prabowo Arief Wahyu, 2015. Dalam penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Iklan, Kualitas Produk, dan Kualitan Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu XL Pascabayar di Wilayah Surabaya Timur”.
- Purba Endang, 2020. Dalam penelitian yang berjudul “KELOR (*Moringa Oleifera Lam*): Pemanfaatan dan Bioaktivitas”.
- Radja Ratu Imelda Juniken, 2022. Dalam penelitian yang berjudul “Aktivitas Promosi Produk Lokal Dan Kain Tenun Di Dekranasda Provinsi NTT”.
- Rahmi Dwi Gita, 2016. Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan Terhadap Pendapatan Asli Daerah Di Kota dan Kabupaten Se-Provinsi Jawa Barat Tahun 2009-2014”.
- Saekoko Naomi Astin dan Nyoko Antonio, 2020. Dalam penelitian yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian *Smartphone* Xiaomi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna *Smartphone* Xiamoi Di Universitas Nusa Cenada)”.
- Saidani Basrah dan Ramadhan Raga Dwi, 2013. Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Iklan Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung Seri Galaxy (Survei Pada Pelanggan ITC Roxy Mas)”.
- Samosir Betania, 2017. Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Iklan Pada Keputusan Pembelian Melalui Sikap Konsumen”.
- Sari Maya Nadia dan Junaedi Shellyana, 2020. Dalam penelitian yang berjudul “Peran *Anticipated Emotion*, Hasrat, Dan Niat Berkunjung Pada Frekuensi Kunjungan Pusat Perbelanjaan.
- Setyani Hertandri Putri Tri, 2020. Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil All New Rio Kia Motors Indonesia (Pada PT. Radita Autoprima)”.
- Sufandy, 2020. Dalam penelitian yang berjudul “Analisis dan Penerapan Bauran Promosi Pada Toko Adore Batam”.
- Sulistiono dan Aziz Luthfi Mikdam, 2020. Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Sikap Konsumen, Periklanan, dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen *The Jungleground Adventure Theme Park* Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Kesatuan”.

Taufik Meytara Henry, 2022. Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Brand Image, Green Marketing, Dan Emotional Desire Terhadap Keputusan Pembelian Produk Distarbucks Jakarta”.

Trianasari Nurvita dan Suriani, 2018. Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Iklan Ramayana Departemen Store 2018).

Wahyuni Sri, 2016. dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Iklan, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Di Institute Perbanas”.

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

Senggetang Vania, dkk, 2019. Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanu Emerald City Manado”.

Yazia Vivil, 2014. Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry (Studi Kasus Blackberry Center Veteran Padang).

Yulianti Rani Dhian Made Ni, 2020. Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh *Brand Image, Green Marketing Strategi, Dan Emotional Desire* Terhadap Keputusan Pembelian Produk McDonald’s”.

Website:

Riadi Muchlisin, 2020. <https://www.kajianpustaka.com/.2020/02/kualitas-produk-pengertian-manfaat-dimensi-perspektif-dan-tingkatan.html?m=1>

Thabroni Gamal, 2022. <https://serupa.id/keputusan-pembelian-pengertian-proses-dimensi-indikator-dsb/>.

Khodijah Nyayu, 2021. <https://maglearning.id/2021/12/30/teori-teori-emosi-menurut-para-ahli/?amp>