

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

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

1. Analisis deskriptif memberikan gambaran untuk kategori tentang responden. Melalui penelitian ini diperoleh hasil kategori gambaran responden sebagai berikut.
 - a. Persepsi konsumen terhadap variabel Kualitas Produk adalah baik, yaitu sebesar 75,05%. Hal ini menolak hipotesis satu, karena hipotesisnya menyatakan persepsi konsumen terhadap variabel Kualitas Produk, cukup baik.
 - b. Persepsi konsumen terhadap variabel Penataan produk adalah baik, yaitu sebesar 75,05%. Hasil ini menolak hipotesis satu, karena hipotesisnya menyatakan persepsi konsumen terhadap variabel penataan produk, cukup baik.
 - c. Persepsi konsumen terhadap variabel penjualan perorangan adalah baik, sebesar 73,77%. Hasil ini menolak hipotesis satu, karena hipotesisnya menyatakan persepsi konsumen terhadap variabel penjualan perorangan, cukup baik.
 - d. Persepsi konsumen terhadap variabel Keputusan pembelian pada *Borneo Bakery* Kupang adalah baik, sebesar 77,58%. Hasil ini menolak hipotesis satu, karena hipotesisnya menyatakan persepsi konsumen terhadap variabel keputusan pembelian, cukup baik.

2. Variabel Kualitas Produk (X_1), Penataan Produk (X_2), dan penjualan Perorangan (X_3), secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y) Borneo *Bakery* Kupang. Hasil penelitian ini menerima hipotesis dua, karena hipotesisnya menyatakan Variabel Kualitas Produk (X_1), Penataan Produk (X_2), dan penjualan Perorangan (X_3), secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y) Borneo *Bakery* Kupang.
3. Kualitas Produk (X_1), Penataan Produk (X_2), dan penjualan Perorangan (X_3), secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y), Borneo *Bakery* Kupang. Hasil penelitian menerima hipotesis tiga, karena hipotesisnya menyatakan Variabel Kualitas Produk (X_1), Penataan Produk (X_2), dan penjualan Perorangan (X_3), secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y) Borneo *Bakery* Kupang.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan di atas, dapat disarankan kepada Borneo *Bakery* Kupang sebagai berikut.

1. Borneo *Bakery* perlu memperhatikan tampilan dan variasi produk yang dijual, dengan memilih kualitas bahan yang baik, membuat kemasan yang lebih menarik dari sebelumnya, kemasan yang lebih diperhatikan dari segi ketahanannya dan penambahan variasi produk yang lebih banyak lagi.
2. Borneo *Bakery* perlu memperhatikan penataan produk yang paling banyak dibeli oleh konsumen, memperluas *space* penataan produk di tiap rak-rak

dalam toko, dan memperhatikan kelengkapan barang. Produk yang teratur dan tidak menumpuk agar konsumen lebih mudah menyadari keberadaan suatu produk yang dicari, sehingga akan menjadi lebih efektif dan memberikan kemudahan bagi konsumen.

3. Borneo *Bakery* perlu meningkatkan lagi kualitas dari tenaga penjual untuk mengkomunikasikan produk-produk kepada konsumen, perlu meningkatkan pelatihan kepada tenaga penjual agar dapat menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi.
4. Bagi peneliti lainnya yang ingin mengadakan riset serupa, agar dapat mengembangkan hasil penelitian ini dengan mengangkat objek penelitian pada produk ekonomi lainnya, dengan jumlah variabel yang lebih luas, sehingga dapat diketahui alasan lebih mendalam atas pilihan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

- Bharmawan, Agus Surya dan Hanif, Naufal. 2022. Manajemen Pemasaran Jasa: Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. Cetakan Pertama. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Daga, Rosnaini. 2017. Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan. Makassar: *Global Research And Consulting Institute*.
- Firmansyah, Anang. 2019. Pemasaran Produk dan Merek (*Planning & Strategy*), Jawa Timur: CV Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivriate dengan Program SPSS. Semarang. Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Priansa Donni Juni. 2017. Komunikasi pemasaran terpadu pada era media sosial. Bandung. Pustaka Setia.
- Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

SKRIPSI DAN TESIS :

- Aisyah. 2022. Pengaruh Tingkat Ketertarikan Merek Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Magic Com Merek Miyako Pada Masyarakat Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir Provinsi Riau. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Aprianus J. Kolo. 2022. Pengaruh Citra Merek, Daya Tarik Iklan dan *Celebrity Endorser* Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Aplikasi Online Tokopedia, Pada Kaum Milenial Di Kota Kupang. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
- Djuang Gaudensius. 2006. “Motif Pelanggan dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Koperasi Kredit Di Kota Kupang”. Tesis Program Studi Manajemen Minat Manajemen Pemasaran Program Pascasarjana Universitas Brawijaya Malang.
- Vazira Nova. 2020. Pengaruh Display Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Bata di MTC Giant Panam. Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Khasim Riau Pekanbaru.

JURNAL:

- Aisyah Siti. 2021. Analisis Peranan Auditor Internal Terhadap Fungsi Pemasaran (promosi) pada Hotel Transit Syariah Medan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Akuntansi. Univesitas Potensi Utama. Accumulated Journal, Vol. 3. Hal 198-206.
- Amilia, S. 2017. Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek xiaomi di kota langsa. Jurnal Manajemen dan Keuangan, Hal. 660-669.
- Aristo, S. F. 2016. Pengaruh produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen woles chips. Jurnal Manajemen dan *Start-Up* Bisnis, Hal. 441-447.
- Arnanda, A. 2017. Pengaruh *Display* Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian *Impulsif* di Indomaret JL. SETIA BUDI NO 20 MEDAN (*Doctoral dissertation, UNIMED*).
- Handoko, Bagus. 2017. Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, Hal. 61-72.
- Julitawaty, W., Willy, F., & Goh, T. S. 2020. Pengaruh *personal selling* dan promosi penjualan terhadap efektifitas penjualan ban sepeda motor Pt. Mega anugrah mandiri. Jurnal Bisnis Kolega.
- Mustakim, U. S. 2020. Efektivitas Pembelajaran di *Era New Normal* Terhadap Hasil Belajar Mahasiswa Pada Mata Kuliah Matematika Diskrit: *Effectiveness of Discrete Mathematics Learning in New Normal Era on Student's Learning Achievement*. *Uniqbu Journal of Exact Sciences*. Hal. 41-45.
- Nazah, I. S., Hartati, T., & Siambaton, E. 2017. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone. *EPIGRAM (e-journal)*.
- Noviyarto, H. 2010. Pengaruh Perilaku Konsumen Mobile Internet Terhadap Keputusan Pembelian Paket Layanan Data *Unlimited Internet* CDMA di DKI Jakarta. *InComTech: Jurnal Telekomunikasi dan Komputer*. Hal. 107-129.
- Pontoh, M. E., Moniharapon, S., & Roring, F. 2017. Pengaruh *Display* Produk Dan *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* Pada Konsumen Matahari Department Store Mega Mall Manado. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi.
- Prakarsa, K. D. 2017. Personal Selling, *Sales Promotion*, dan *Public Relation* Terhadap Keputusan Pembelian di Sodakocha. Jurnal Performa: Jurnal

- Manajemen dan Start-up Bisnis, Hal. 677-683.
- Prasastono, N., & Pradapa, S. Y. F. 2012. Kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisata*.
- Prawira, I. Y. 2014. Pengaruh *Leverage*, Likuiditas, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan *Dividen*. Studi Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013. *Doctoral dissertation*, Brawijaya University.
- Purbohastuti, A. W. 2021. *The Marketing Mix Effectiveness On Indomaret's Consumer Purchase Decision*. *Sains Manajemen*. Hal. 1-17.
- Rahmadana, N. M. S. 2016. Pengaruh display produk dan suasana toko terhadap pembelian impulsif di minimarket eramart cabang lembuswana samarinda. *EJournal Ilmu Administrasi Bisnis FISIP Unmul*, Hal. 687.
- Ratnasari, Kenty. 2019. Pengaruh Dana Alokasi Umum (DAU) Dan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Terhadap Belanja Modal Pada Kabupaten Dan Kota Di Provinsi Jawa Timur Tahun 2019. Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika, Surabaya.
- Rizan, M., & Anjarestu, Y. 2013. Pengaruh kualitas produk dan *personal selling* Terhadap kepuasan pelanggan pada majalah Info bekasi (studi kasus PT. SIBK). *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, Hal. 74-96.
- Setyorini, W., Jayusman, H., & FR, M. F. 2022. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Studi Kasus: Rumah Makan Soto Lamongan Imam Jl. Iskandar Kel. Madurejo. *Magenta*. Hal.11-19.
- Siregar, F. H., & Aziz, A. 2019. Pengaruh Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian Handphone Android Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area. *Jurnal Teknologi Kesehatan dan Ilmu Sosial (TEKESNOS)*, Hal. 70-76.
- Suawa, Alicia Jeniver. 2019. Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di *New Ayam Bandung Resto* Kawasan Megamas Manado. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen.
- Tamu, F. H. U. 2021. Persepsi peserta didik tentang kompetensi guru terhadap hasil belajar. *Secondary: Jurnal Inovasi Pendidikan Menengah*. Hal 156-162.
- Theddy, F. 2015. Studi deskriptif perilaku konsumen Cardfight Vanguard di Surabaya. *Agora*. Hal 374-378.

- Tjahjono, A. (2013). Analisa *marketing mix*, lingkungan sosial, psikologi terhadap keputusan pembelian *online* pakaian wanita. *Jurnal strategi Pemasaran*. Hal 1-9.
- Widodo, S. S. (2017). Pengaruh Discount, *Display* Produk dan Lokasi Toko terhadap Keputusan Pembelian di Toko D'Sport Kediri. *Jurnal Simki-Economic*.
- Wahyujatmiko, S., & Hadi, I. Y. 2018. Manajemen pemasaran online makaroni Huhhah Yogyakarta. *JBTI.Jurnal Bisnis: Teori dan Implementasi*. Hal. 100-120.
- Wardhana, M. A., Mustaqim, Y., & Firmansyah, N. A. 2023. Analisis Manajemen Ketepatan Waktu (JIT), Kualitas Layanan Elektronik, Terhadap Kepuasan Pelanggan Elektronik Di Pada *E-Commerce* Blibli. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri*. Hal. 35-40.
- Yanto, R. T. Y., & Prabowo, A. L. P. 2020. Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Pencapaian Penjualan pada Produk Pembiayaan KPR Bersubsidi di Bank BTN Syariah Bandung. *Pro Mark*.
- Yudhiartika, D., & Haryanto, J. O. 2012. Pengaruh *Personal Selling, Display, Promosi* Penjualan Terhadap Kesadaran Merek Dan Intensi Membeli Pada Produk Kecantikan Pond's. *Buletin Studi Ekonomi*, Hal. 142-156.
- Zulaicha, S., & Irawati, R. 2016. Pengaruh Produk dan harga terhadap keputusan pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*. Hal. 123-136.