

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

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

1. Hasil analisis deskriptif memberikan gambaran rata-rata skor untuk kategori persepsi (Ps-p) variabel kelengkapan produk dan promosi penjualan serta keputusan pembelian sepatu pada Toko Stars Kupang adalah baik, dan tidak sesuai dengan hipotesis yang dibuat yaitu cukup baik.
2. Variabel kelengkapan produk dan promosi penjualan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu pada Toko Stars Kupang, dan sesuai dengan hipotesis yang ada, yaitu kelengkapan produk dan promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dalam membeli sepatu. Variabel yang mempunyai pengaruh yang dominan adalah variabel kelengkapan produk (X1) dengan nilai sebesar 0.473.
3. Variabel kelengkapan produk dan promosi penjualan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu pada Toko Stars Kupang, sesuai dengan hipotesis.
4. Hasil koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah 46.1% keputusan pembelian sepatu pada Toko Stars Kupang yang merupakan kontribusi dari 2 (dua) variabel bebas, yaitu kelengkapan produk dan promosi penjualan,

sedangkan sisanya 53,9% merupakan pengaruh dari faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian, hasil pembahasan, dan kesimpulan, maka saran yang dapat diberikan, yaitu :

1. Bagi Toko:

- a. Berkaitan dengan kelengkapan produk yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu, sebaiknya pihak Toko Stars Kupang lebih meningkatkan variasi kelengkapan dan kualitas produk sepatu yang ada pada Toko Stars. Hal ini dikarenakan kualitas produk sepatu yang baik seperti kuat dan tahan lama, akan menimbulkan minat konsumen, sehingga berpengaruh pada keputusan pembelian sepatu pada Toko Stars. Sama halnya dengan kelengkapan produk, fasilitas Toko Stars juga harus terus ditingkatkan seperti menambah aksesoris, sehingga hal ini akan menjadi daya tarik baru bagi konsumen untuk melakukan pembelian pada Toko Stars Kupang.
- b. Berkaitan dengan variabel promosi penjualan yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sebaiknya pihak Toko Stars tetap memperhatikan dan menyesuaikan tingkat kebutuhan masyarakat Kota Kupang, yang dilihat dari segi tampilan, promosi penjualan dan harga. Hal ini dikarenakan kebutuhan masyarakat Kota Kupang semakin banyak dan masih berorientasi pada kesenangan, seperti mempunyai sepatu yang bagus atau keluaran terbaru dan mengikuti *trend* yang berkembang saat ini,

sehingga keinginan dan kebutuhan konsumen dapat terpenuhi secara baik.

2. Bagi Peneliti Lain

Peneliti lain diharapkan menggunakan sampel yang lebih luas dengan wilayah penelitian yang berbeda, sehingga mengetahui hasil dari berbagai daerah mengenai pengaruh kelengkapan produk dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian sepatu pada Toko Stars Kupang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf, 2005. *Manajemen Komunikasi Periklanan*. Aswaja Pressindo. Yogyakarta.
- Alma, Buchari. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi sepuluh. Alfabeta. Bandung.
- Belch. 2004. *Advertising and Promotion*. 6th Edition. McGraw Hill. New York. Revyani Sjarial (Penerjemah). *Periklanan dan Promosi*. 2005. Erlangga. Jakarta.
- Blythe, Jim. 2000. *Marketing Strategy*. McGraw Hill. South Wales. Dimos Sihombing (Penerjemah). *Strategi Pemasaran*. 2003. PT. Indeks, Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Dharmmesta, Basu, Swastha, T. Hani Handoko, 2011. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. BPPE. Yogyakarta.
- Djuang, Gaudensius. 2007. *Bahan Ajar Manajemen Pemasaran*. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
- Duncan, Tom. 2002. *Integrated Marketing Communication*. International Edition. McGraw Hill. New York. Zoelkifli Kasip (Penerjemah). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. 2003. PT. Index. Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2006. *Teori Konsep dan Aplikasi dengan SPSS 16*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- <http://duwiconsultant.blogspot.co.id>
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta. Bandung.
- Kotler, Philip and Amstrong, 2006. *Principles of Marketing*. Edition Pretince Hall. New Jersey. Bob Sabran (Penerjemah) 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Kedua Belas Jilid 1. Penerbit Erlangga. Jakarta.

- Kotler, Philip, 2005. *Marketing Management*. Prentice Hall. Upper Saddle River. Dimos, Sihombing (Penerjemah). 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas Jilid kedua. PT Indeks, Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2008. *Marketing Management*. Prentice Hall. Upper Saddle River. Bob Sabran (Penerjemah). 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas Jilid 1. PT. Index. Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2009, *Marketing Management*. Edition Prentice Hall. New Jersey. Bob Sabran (Penerjemah). 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketiga belas jilid II. Erlangga. Jakarta.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2004. *Perilaku Konsumen*. Refika Aditama. Bandung
- Ma'ruf, H. 2005. *Pemasaran Ritel*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Raharjani, Jeni. 2005. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja" (Studi Kasus Pada Pasar Swalayan di Kawasan Seputar Simpang Lima Semarang). *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*, Vol. 2 No. 1.
- Riduwan. 2004. *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. CV. Alfabeta. Jakarta.
- Schiffman and Kanuk, 2004. *Consumer Behaviour*. Prentice Hall International Edition. London. Zoelkifli Kasip (Penerjemah). 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. PT Index. Jakarta.
- Setiadi, Nugroho J. 2008. *Perilaku Konsumen*. Prenada Media Grup. Jakarta.
- Shimp, Terence, 2000. *Advertising Promotion*. Thomson South-Western. United States. Revyani Sjarial (Penerjemah). 2003. *Periklanan Promosi*. Jilid I. Erlangga. Jakarta.
- Sugiyono. 1999. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Pertama. CV Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2006. *Statistik Untuk Penelitian*. CV Alfabeta. Bandung.
- Supranto, John. 2003. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran jasa-prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Utami, 2010. *Konsep Pemasaran*. Penerbit PT. Index Kelompok Gramedia. Jakarta.