

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Atribut produk pada barang-barang di UD. Faninda Jaya Meubel Kota Gorontalo telah disampaikan dengan "cukup baik".
2. Penyampaian atribut produk pada UD. Faninda Jaya Meubel Gorontalo tidak dapat menjadi ukuran masyarakat untuk menjadikan UD. Faninda Jaya Meubel Gorontalo sebagai pilihan utama membeli produk meubel, mengingat masih ada usaha-usaha meubel lain yang menyediakan pilihan harga dan desain yang lebih banyak, dengan fungsi (fitur) yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penulis menyarankan:

1. Agar UD. Faninda Jaya Meubel Kota Gorontalo serta pihak lainnya yang berkecimpung dalam produksi/ penjualan lainnya dapat menampilkan atribut produk dari barang-barang yang dijualnya sehingga akan dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produknya.
2. Agar pimpinan perusahaan sebagai pemegang kendali perusahaan, dapat memikirkan strategi pemasaran yang digunakan untuk dapat bertahan dan bersaing dengan kompetitor yang sejenis.
3. Agar penelitian dapat menjadi acuan perusahaan produksi/ penjualan lainnya sehingga kedepannya, barang-barang yang akan dijual dapat ditampilkan atribut produknya sehingga akan mempengaruhi konsumen.
4. Penelitian ini akan lebih baik jika ditambahkan variabel-variabel pendukung yang diperoleh dari penelitian-penelitian dan referensi yang lainnya, sehingga memungkinkan untuk menambah variabel yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen seperti promosi penjualan, merek produk, saluran distribusi, dan produk substitusi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2007. ***Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa***. ALFABET Bandung
- Amir, M. Taufiq. 2005. ***Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan***. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Arikunto, S. (2005). ***Manajemen Penelitian***. Jakarta: Rineka Cipta
- Dewi, Ni Luh Gede Diah Nirmala. 2013. ***Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Di Kota Denpasar***. E-Jurnal. Universitas Udayana
- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Ikhwanuddin, Isnani, dan Kusumajanto. ***Pengaruh Persepsi Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Rokok Merek Gudang Garam Surya Professional Mild (Studi pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Angkatan 2011/2011 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang)***. Diambil dari web. <http://fe.um.ac.id/wp-content/uploads/2012/08/Jurnal-Atribut-Produk.pdf>
- Kotler, Philip. 2000. ***Manajemen Pemasaran di Indonesia***, Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. ***Prinsip-prinsip Pemasaran***, Jilid 2, Edisi Kedelapan, Jakarta. Erlangga
- Kotler, P. dan G. Armstrong. 2006, ***Prinsip – Prinsip Pemasaran***. Edisi keduabelas jilid 1. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler dan Armstrong. 2008. ***Prinsip-prinsip Pemasaran***, edisi 12 jilid 1. Penerbit Erlangga

- Noho, Sry novyanti, 2012. ***Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen pada PT.Sinar Galesong Pratam Cabang Gorontalo.*** Skripsi. Universitas Negeri Gorontalo
- Pamujo, Novian Yoga. 2011. ***Analisis Pengaruh Atribut Produk, Bauran Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Merchandise (Studi pada Kedai Digital 7 di Semarang).*** Universitas Diponegoro. Semarang.
- Riduwan, Sunarto. 2010. ***Pengantar Statistika untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis.*** Bandung : CV. Alfabeta.
- Sari, Ratna Dwi Kartika. 2012. ***Analisis pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Word of Mouth Communication terhadap Keputusan Pembelian Mebel pada CV. Mega Jaya Mebel Semarang.*** Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang
- Setiadi, Nugroho J, 2008, ***Perilaku Konsumen***, Edisi I, Cetakan Ke 3, Jakarta: Kencana.
- Simamora, B. 2001. ***Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel.*** Jakarta: Gramedia pustaka Utama
- Sudjana. 2002. ***Metode Statistika.*** Bandung: Tarsito
- Sugiyono (2004), ***Metode Penelitian Bisnis.*** CV. Alfabeta, Bandung
- Sulthoni, Muhammad. 2010. ***Analisis pengaruh Atribut Produk Honda terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada PT. Federal International Finance Kawasan Probolinggo).*** Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. Malang
- Supramono dan Haryanto, Joni Oktavian (2005), ***Desain Proposal Penelitian –studi Pemasaran.*** Andi, Yogyakarta
- Sutisna. 2001. ***Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran.*** Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Stanton J, William. 2000. ***Prinsip Pemasaran.*** Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Tjiptono, Fandi. 1997, ***Strategi Pemasaran***. Yogyakarta : Penerbit ANDI.

Tjiptono dan Diana. 2001. ***Total Quality Manajemen***. Andi:Yogyakarta.

Tjiptono, Fandi. 2005.***Strategi Bisnis***. Andi Offset