

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat ditarik simpulan bahwa berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa bauran promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karawo di Kota Gorontalo. Hal ini menunjukkan bahwa dalam hal mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, faktor bauran promosi merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi produsen atau pembuat karawo. Adanya bauran promosi maka karawo akan lebih dikenal oleh konsumen di Kota Gorontalo.

Kemudian jika dilihat untuk setiap indikator dari bauran promosi ditemukan bahwa Penjualan Personal merupakan indikator yang paling besar dampaknya bagi keputusan pembelian konsumen. Sementara yang dampaknya paling kecil yakni indikator pemasaran langsung kepada konsumen. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa keputusan pembelian dapat terjadi pada proses pembelian konsumen ketika produsen melakukan bauran promosi yang menarik bagi perilaku konsumen dalam preferensi pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Perlunya peningkatan bauran promosi terutama dalam aspek penjualan langsung yang menggunakan media sosial serta kreasi karawo yang lebih menarik bagi konsumen.
2. Perlunya berbagai event penting untuk meningkatkan minat beli konsumen dalam rangka untuk mendapatkan keuntungan penjualan karawo yang lebih besar.
3. Perlunya inovasi bagi penelitian selanjutnya untuk melakukan penelitian ini dengan mengambangkan dan menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian karawo di Kota Gorontalo.
4. Mengikut sertakan produsen-produsen karawo pada ajang pameran baik ditingkat daerah maupun tingkat Nasional.
5. Melakukan promosi dengan membuka galeri lewat jalur-jalur transportasi seperti di bandara yang banyak dilewati wisatawan.
6. Pemerintah Gorontalo dapat melakukan kerjasama dalam memperkenalkan karawo dengan membuka galeri di pusat-pusat informasi Pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Rasyid, Harun. 1993. *Teknik Penarikan Sampel dan Penyusunan Skala*. Bandung: Program Pasca Sarjana Universitas Padjadjaran.
- Alma, Buchari. 2006. *Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Amirullah. 2002. *Perilaku Konsumen, Cetakan Pertama*, Jakarta: Penerbit, Graha Ilmu.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Assauri, Soyjan. 2008. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: LPFEUI.
- Hurriyati Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan. Loyalitas Konsumen*. Jakarta: Alfabeta.
- Irawati Igrisa. 2014. *Strategi pengembangan ukm atau sentra industri Krawang di Kabupaten Gorontalo Provinsi Gorontalo*. jurnal Manajemen Universitas Negeri Gorontalo.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran. edisi kesebelas*, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Kumar dan Raju. 2013. *The Role of Advertising in Consumer Decision Making. IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*. e-ISSN: 2278-487X, p-ISSN: 2319-7668. Volume 14, Issue 4 (Nov. - Dec. 2013).
- Machfoedz, Mahmud. 2005. *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Upp Amp. Ykpn.
- Noer., et., al. 2014. *The Impact of Promotional Mix Elements on Consumers Purchasing Decisions*. International Business and Management Vol. 8, No. 2, 2014, pp. 143-151.
- Nugroho J, Setiadi. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Kencana.

- Rahmatilah. 2014. *Industrialisasi kerajinan sulaman karawo Dan perubahan sosial budaya gorontalo*. Jurnal fakultas ilmu social.
- Rangsan Nochai Dan Titida Nochai. 2011. *The Influence of Sale Promotion Factors on Purchase Decisions: A Case Study of Portable PCs in Thailand* . International Conference on Financial Management and Economics IPEDR vol.11.
- Risman, Vebriina Putri. 2013. *Pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian garam lososa pt. Garam (Persero) di Kota Padang*. Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
- Saladin, Djaslim. 2004. *Manajemen Strategi & Kebijakan Perusahaan, Edisi 5*. Bandung: Penerbit Linda Karya.
- Santoso, Singgih. 2012. *Statistik Multivariat*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Shallu dan Gupta, Sanggeta. 2013. *Impact of Promotional Activities on Consumer Buying Behavior: A Study of Cosmetic Industry*. International Journal of Commerce, Business and Management (IJCBM), ISSN: 2319–2828 Vol. 2, No.6.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunjoyo, dkk. 2013. *Aplikasi SPSS Untuk Smart Riset*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Supranto, dan Nandan Limakrisna. 2011. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi Kedua*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.
- Swastha, Basu dan T. Hani Handoko. 2008. *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen, edisi pertama, cetakan keempat*, Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Tetra Hidayatih dan Yohanes Kuleh. 2013. *Pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian Konsumen di swalayan maxi Balikpapan*. Jurnal Manajemen.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen jasa, Edisi Pertama*. Yogyakarta: Penerbit Andi offset.

Vebriina Putri Risman. 2013. *Pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian garam Lososa PT. Garam (persero) di Kota Padang*. Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Widyasari, Suzy dan Erna Triastuti Fifilia. 2009. *Analisis pengaruh produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian Rumah*. Jurnal TEMA Vol 6 edisi 2, September hal 159 - 169.