

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada PT . PT. Sinar Galesong Mandiri Cabang Gorontalo dengan fokus dampak keputusan konsumen dalam pembelian . Hasil penelitian menunjukkan semua jenis kendaraan roda dua pada tipe jenis motor satria FU 150 cc sangat dipengaruhi oleh beberapa karakter individu konsumen dan juga dipengaruhi oleh kelompok referensi seperti informasi yang dilakukan perusahaan melalui proses pengembangan strategi promosi juga informasi-informasi dari kerabat, keluarga serta pelanggan yang pernah memutuskan membeli produk jenis motor suzuki.

Hasil analisis data yang didukung oleh pelaksanaan,wawancara langsung dengan responden dan pihak perusahaan serta dilakukan analisis domain, taksonomi, komponensial dan tema, maka hasil penelitian menunjukkan kontribusi yang cukup kuat dalam pengambilan keputusan konsumen membeli produk motor satria FU 150 cc di PT . PT. Sinar Galesong Mandiri Cabang Gorontalo. Dampak keputusan konsumen lebih pada pengembangan strategi pemasaran dan promosi produk serta daya beli konsumen cenderung meningkat dan bahkan tuntutan kebutuhan individu masyarakat Gorontalo sehingga permintaan pembelian untuk jenis suzuki mengalami peningkatan.

5.2. Saran

Saran yang peneliti dapat berikan terkait dengan penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. PT. Sinar Galesong Mandiri Cabang Gorontalo hendaknya melakukan evaluasi dampak keputusan konsumen dengan memfokuskan pada tahapan keputusan yang mana lebih berdampak pada penjualan di Gorontalo.
2. PT. Sinar Galesong Mandiri Cabang Gorontalo hendaknya senantiasa memperhatikan perbedaan individu dari konsumen dimana terdapat faktor pribadi yang berbeda satu sama lain.
3. PT. Sinar Galesong Mandiri Cabang Gorontalo hendaknya lebih memperhatikan pengenalan kebutuhan dalam melakukan launching produk motor satria FU 150 cc.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press
- Belch, George dan Belch, Michael. 2011. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. New York: McGraw Hill.
- Burhan. Bungin, 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Rajawali Pers. Jakarta
- Hamdani A. 2010, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Hardjono, 2010, *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, Penerbit : Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Irawan, 2011, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty. Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2012. *Dasar-dasar Pemasaran*. Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2011, *Marketing Management*, Pearson Education Inc.
- Kotler, Philip,. 2012, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Edisi 9, Jilid 2, New Jersey : Prentice-Hall, Inc
- Nitisastro, Widjojo. 2010. *Pengalaman Pembangunan Indonesia: Kumpulan Tulisan dan Uraian Widjojo Nitisastro*. Jakarta: Penerbit Kompas.
- Nugroho J. Setiadi, 2013, *Perilaku Konsumen*. Kencana. Jakarta.
- Moleong, L. J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda karya
- Raharti, Mujiasih. 2011. *Manajemen Penjualan dan Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- Saladin, Djaslim, 2011, *Manajemen Pemasaran*, Bandung: Linda Karya.
- Salusu, J. 2015. *Pengambilan Keputusan Stratejik untuk Organisasi Publik dan Non Profit*, Edisi. 10. Jakarta: Grasindo

- Schiffman, Leon G. dan Leslie Lazar Kanuk. 2010. *Consumer Behavior Tenth. Edition*. Pearson Education.
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: ALFABETA
- Suharno. 2010. *Marketing in Practice*. edisi pertama, penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta
- Sunyoto, Danang. 2013. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Buku Seru
- Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta : Graha. Ilmu.
- Tjiptono, Fandy, 2010, *Strategi Pemasaran*. Edisi ke dua, penerbit Andi, Yogyakarta.