

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat ditarik simpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari promosi terhadap keputusan pembelian Produk Oriflame pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. Untuk itu perlunya bagi produsen Produk Oriflame pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo untuk melakukan kegiatan promosi yang agresif dalam rangka untuk meningkatkan keputusan pembelian Produk Oriflame pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo.

Hal yang sama ditemukan dari korelasi dan nilai determinasi yakni besarnya koefisien determinasi atau *R Square* adalah sebesar 0,447. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 44,7% variabilitas keputusan pembelian Konsumen Produk Oriflame pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo dapat dijelaskan oleh promosi yang dilakukan oleh perusahaan, sedangkan sisanya sebesar 55,3% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Variabel lain tersebut yakni Produk, *Price* (harga), *Place* (lokasi), , *People* (orang), *Physical Evidence* dan Proses

## 5.2 Saran

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

1. Perlunya peningkatan promosi terutama dalam aspek penjualan langsung yang menggunakan media sosial yang lebih menarik bagi konsumen. Sehingga hal ini akan berdampak pada keputusan konsumen untuk menjadi pengguna produk oriflame
2. Perlunya berbagai iven penting untuk meningkatkan preferensi konsumen dalam rangka untuk mendapatkan keuntungan atas penjualan produk oriflame
3. Perlunya inovasi bagi penelitian selanjutnya untuk melakukan penelitian ini dengan mengambangkan dan menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian polis asuransi

## 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 Univrsitas Negeri Gorontalo. Volume 2 Nomor 4 ISSN 1787643
- 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 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 promosi terhadap keputusan pembelian Konsumen di swalayan maxi Balikpapan*. Jurnal Manajemen ISSN 25684-14453
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen jasa, Edisi Pertama*. Yogyakarta: Penerbit Andi offset.
- Vebriina Putri Risman. 2013. *Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian garam Lososa PT. Garam (persero) di Kota Padang*.

Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. *Jurnal Manajemen Vol 2, No 01*

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

<http://lapor.net/komplain-konsultan-oriflame/>, diakses tanggal 16 Februari 2017

## CURRICULUM VITAE



Rostintawati Usman, dilahirkan di Gorontalo pada tanggal 10 November 1993, beragama islam jenis kelamin perempuan yang merupakan anak kedua dari pasangan Bapak Abd. Rahim Usman dan Ibu Rispa Pakaya. Mengawali tingkat pendidikan pada tahun 2001 SDN 1 Kaidundu kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 5 Bone Pantai pada tahun 2007 setelah itu melanjutkan pendidikan SMA Negeri 1 Bone Pantai pada tahun 2010. Kemudian melanjutkan pendidikan kejenjang perguruan tinggi di Universitas Negeri Gorontalo, Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen pada tahun 2012.

### ❖ Pendidikan Non Formal

1. Peserta Masa Orientasi Mahasiswa Baru (MOMB) Universitas Negeri Gorontalo Tahun Akademik 2012/2013
2. Peserta Pelatihan Komputer dan Internet di Universitas Negeri Gorontalo Tahun Akademik 2012/2013
3. Peserta Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Negeri Gorontalo di Desa Tupa, Kec. Bulango Utara, Kab. Bone Bolango, Provinsi Gorontalo Tahun 2016
4. Peserta Magang Universitas Negeri Gorontalo di Kantor Bumi Putera Tahun 2015
5. Peserta Ujian *Life Skill* Universitas Negeri Gorontalo tahun 2016