BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpilan yang dapat diambil dari penelitan ini adalah sebagai berikut :

1. Terbukti bahwa secara parsial : Variabel kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada UKM Flamboyan dengan nilai t_{hitung} 1,202, Artinya semakin baik kualitas produk yang ditawarkan akan menyebapkan berkurangnya keputusan pembelian produk pada UKM Flamboyan. Variabel varian produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada UKM Flamboyan dengan nilai t_{hitung} 3,816. Artinya semakin baik dan banyak varian produk yang dikembangkan akan menyebapkan semakin tingginya keputusan pembelia produk pada UKM Flamboyan. Variabel desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada UKM Flamboyan dengan nilai t_{hitung} 2,621. Artinya semakin baik dan menarik desain produk yang ditawarkan dan dikembangkan akan menyebapkan semakin tingginya keputusan pembelian pada UKM Flamboyan.
2. Terbukti bahwa kualitas produk, varian produk dan desain produk berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada UKM Flamboyan dengan nilai F_{hitung} 12,894.

B. Saran

Saran yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kepada pihak UKM Flamboyan diharapkan lebih menigkatkan pengembangan terkait kualitas produknya dikarenakan dalam hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memberikan pengaruh paling lemah. Serta diharapkan UKM Flamboyan mempertahankan bahkan meningkatkan inovasi terkait varian produk dan desain produknya karenakan berdasarkan hasil penelitian ini kedua variabel memberikan pengaruh yang cukup kuat terhadap keputusan pembelian.

2. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian yang sama tetapi pada subjek yang berbeda dan tidak hanya melihat dari sisi konsumen atau pengunjung saja, akan tetapi juga dapat dari sudut pandang pihak produsen.

DAFTAR PUSTAKA

Alma Buchari. 2005. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan 5. CV Alfabeta. Bandung

Alma Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*. Alfabeta. Bandung

Arikunto, S. 2005. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta. Jakarta

Badan Pusat Statistik Provinsi Gorontalo. *Gorontalo Dalam Angka 2016*. BPS. Provinsi Gorontalo

Charles, Noble H, Sinha, Rajiv K, and Kumar**,** Ajith. 2002. Market Orientation and Alternative Strategic Orientations : A Longitudinal Assessment of Performance Implications, *Journal of Marketing* vol. 66, 25-39

Fandy Tjiptono. 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Andi. Yogyakarta

Ginanjar Suendro. 2010. Analisis Pengaruh Inovasi Produk Melalui Kinerja Pemasaran Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi Kasus Pada Industri Kecil Dan Menengah Batik Pekalongan). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* Volume Ix, No. 2, September 2010, Halaman 230 – 243. Fakultas Margister Manajemen, UNDIP. Semarang

Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSs*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang

Hubeis M, dkk. 2012. International Journal : Affect Of Esc Training To Organization Commitment And Job Satisfaction. *International Journal Of Information Technology And Business Management*

Ihda, Handoyo & Wijayanto. 2014. Pengaruh Inovasi Produk Baru, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pc Tablet Apple Ipad (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Ipad Di Fisip Undip Semarang). Diponegoro *Journal Of Social And Politic* Tahun 2014, Hal. 1-8. UNDIP. Semarang

Kementrian Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. 2009. *Undang-Undang Repoblik Indonesia Nomer 20 Tahun 2008*. Jakarta

Kotler, Philip. 2000. *Manajemen pemasaraan.Edisi Milenium*. Prenhallindo. Jakarta

Kotler dalam Amstrong. 2003. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Intermedia. Jakarta

Kotler, Philip & Amstrong, Gary. 2005. *Dasar-dasar Pemasaran*. Prehallindo. Jakarta

Kotler Philip & Garry Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Erlangga. Jakarta

Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta

Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009, *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta

Kotler, Philip., Gary Armstrong. 2012. *Principles of Marketing*. Prentice Hall Inc, New Jersey.

Kuncoro ,mudjarat. 2003. *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi, Bagaimana Meneliti Dan Menulis Tesis*. Erlangga. Jakarta

Kuncoro, Mudrajat. 2007. *Metode Kuantitatif, Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. UUP STIM YKPN. Yogyakarta

Lupiyoadi, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi kedua. Salemba Empat. Jakarta

Mardikanto. 2007. *Pengantar Ilmu Pertanian*. Surakarta

Mariana. 2015. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Industri Ukm Amplang Ud. Sinar Rejeki Di Samarinda. Journal Ilmu Administrasi Bisnis, 2015, 3 (2): 388-402 ISSN 2355-5408, *Journal Bisnis*. FISIP-UNMUL

Pinta Gustiana Masda. 2013. Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Galamai Di Kota Payakumbuh. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*

Rogers, Everett M. 2003. *Diffusion of Innovation*. Edition.: Free Press. New York

Setiadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen*. Kencana Media Prenada Grup.

Soekartawi. 2001. *Pengantar Agroindosteri*. Raja Grafindo Persada. Jakarta

Sitinjak, Tony dan Angeline. 2011. Pengaruh Inovasi dan Harga Produk Terhadap Perilaku Pembelian Smartphone Blackberry di Wilayah Jakarta Barat. Manajemen Pemasaran. *Jurnal*. Volume 1 No. 1 November 2011.

Sousa, F.C.; Pellissier, R; dan Monteiro,I.P. 2012. Creativity, Innovation And Collaborative Organizations. *The International Journal of Organization Innovation*. Vol 5. No 1. p.26-59

Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Kesembilan. C.V. Alfabeta. Bandung

Tjiptono Fandi dan Chandra Gregorius. 2012. *Pemasaran strategik*. Andi : Yogyakarta

Tamamudin. 2012. Analisis Pengaruh Pengenalan Merek, Persepsi Kualitas, Harapan Konsumen dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Membeli Dan Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen (Studi Kasus: Produk Batik Sutra Halus Merek Tamina). *Jurnal Penelitian* Vol. 9, No. 2, November 2012. Hlm. 283-300

Tohar. 2007. *Membuka Usaha Kecil*. Kanisius. Yogyakarta

Thamrin. 2012. *Menejemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta

Ummu Habibah dan Sumiati. 2016. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, Hal 31 – 48, Volume 1, Nomor 1 , Maret 2016. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya