

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat ditarik simpulan bahwa pada tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari inovasi produk furniture terhadap keputusan pembelian. Untuk itu perlunya inovasi pada produk furniture dalam rangka untuk meningkatkan keputusan pembelian atas produk furniture Mirna Meubel Kota Gorontalo. Hasil *R Square* adalah sebesar 0,480. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 48,0% variabilitas keputusan pembelian produk furniture di Mirna Meubel Kota Gorontalo dapat dijelaskan oleh kualitas dari produk atas produk furniture, sedangkan sisanya sebesar 52,0% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### **5.2 Saran**

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

1. Sebaiknya pihak produsen atau mirna mebel terus melakukan inovasi terutama dari hal daya tahan produk yang dijual serta motif agar konsumen lebih tertarik.

2. Dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen maka sebaiknya Mirna Mebel Gorontalo terus melakukan inovasi juga pada proses dan strategi pemasaran yakni mengadakan undian berhadiah bagi konsumen agar lebih tertarik dalam melakukan pembelian
3. Bagi peneliti selanjutnya mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi mempengaruhi tingkat keputusan pembelian ataupun dengan mengembangkan analisis yang digunakan.

## DAFTAR PUSTAKA

- A Shimp, Terence, 2013. *Periklanan Promosi Pemasaran Terpadu Jilid 1*  
Jakarta : Erlangga
- A, Shimp, Terence 2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid I ( edisi 5)*, Jakarta Erlangga.
- Aaker, David dan Erich Joachimsthaler. 2000. *Brand Leadership*. New York: The Free Press
- Adil, Maikul. 2012. The influence Of Brand Image On Sales. *Journal of basic and applied Scientific Research*, 2(4), pp : 3552-3556
- Ambadar, Jackie, 2007. *Mengelola Merek*. Yayasan Bina Karsa Mandiri, Jakarta
- Anggoro. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif dan Penelitian Kuantitatif*. Jakarta:Rineka Cipta
- Angio, Ikbal. 2009. *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Negeri Gorontalo
- Athoillah, Mohamad Anton. 2010. *Dasar-Dasar Kajian Manajemen Perkantoran* Bandung: Pustaka Setia  
Bandung: Palanta
- Biel, *Jurnal Penelitian Setyaningsih & Didit Darmawan (2004)*
- Chourmain, Imam. 2008. *Acuan Normatif Penelitian Untuk Penulisan Skripsi tesis dan Disertasi*. Bandung: Pustaka Setia
- Deliyanti oentoro, 2012, *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta, lakkbang pressindo.
- Eprints.uny.ac.id/8567/3/BAB 2 -08408144028.pdf (*Diakses tanggal, 31 Agustus 2015*)
- Evelina, Nela., Handoyo DW, Sari Listyorini. 2013. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkom Flexi (Studi Kasus pada Konsumen Telkom Flexi di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1(1), pp: 203-213.

- Fandy, Tjiptono, 2014 (dalam Farid Yuniar Nugroho (2011:11),. *Marketing Scales*. Yogyakarta : Andi
- Ghozali, Imam. 2001. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gibson, Ivancevich Donelly. 2005. Organisasi Perilaku, Struktur dan Proses Terjemahan Jakarta : Bina Rupa Aksara
- Glenn Walters Consumer Behaviour 7 th Edition (Perilaku Konsumen). Jakarta: PT. Indeks
- Handoko (2005:34) "*Total Quality Management*". PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Handoko, Hani. 2005. *Manajemen Edisi II*. Yogyakarta: Universitas Gadjadara
- <http://www.idc.com/prodserv/smartphone-market-share.jsp>(Diakses, tanggal 18 Januari 2016)
- Jackie Ambadar, 2007. *Mengelola Merek*. Jakarta : Yayasan Bina Karsa Mandiri
- Keller (2003 : 166). *Marketing Scales*. Yogyakarta : Andi
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Alih bahasa Benyamin Molan, Edisi dua belas. Jakarta, Penerbit : PT. INDEKS.
- Kotler, Philip, 2004, *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*, Penerbit PT. Prenhallinda, Jakarta
- Kotler, Philip. 2003. *Marketing Management*. Eleventh Edition : New Jersey Prentice, Inc
- Lyonita, Telly., Dyah Budiastuti. 2012. Analisis Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Yang Berdampak Pada Loyalitas Konsumen Pada PT. Telkom Jakarta Selatan (Produk Speedy). *Disertasi* Doktor Bina Nusantara, Jakarta.

- Nugroho, Farid Yuniar., 2011. Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen. Yogyakarta: Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"
- Oentoro, Deliyanti. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang Pressindo.
- Palmer (2001:184), *Consumer Behaviour 7 th Edition* (Perilaku Konsumen). Jakarta: PT. Indeks
- Paramitasari Musay, Fransisca. *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal. Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2000. *Consumer Behavior. Perilaku konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 4. Diterjemahkan oleh: Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2006. *Consumer Behavior. Perilaku konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 4. Diterjemahkan oleh: Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.
- Poerwadarminta, WJS. 2005. Kamus Umum Bahasa Indonesia Edisi Kelima Jakarta: Balai Pustaka
- Ramadhan Nento, Mohammad. 2010. *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Negeri Gorontalo
- Runyon 2004 *Manajemen Pemasaran*. Jakarta, Prenhallindo
- Schiffman, Leon dan Leslie L. Kanuk. 2005. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Diterjemahkan oleh: Zoelkifli Kasip. Jakarta: Indeks.
- Schiffman, Leon, & Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Consumer Behaviour 7 th Edition*. (Perilaku Konsumen). Jakarta: PT. Indeks
- Shimp, Terence A. (2000). *Periklanan Promosi*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT. Gramedia Pustaka. Jakarta Undang-Undang No. 15 Tahun 2001. Tentang Merek
- Sulistian, Ogi. (2011). *Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Rokok Gudang Garam Filter*. Kuningan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan

Suryani, Tatik, 2008. Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran, Yogyakarta: Graha Ilmu

Tatik, Suryani, 2008. Perilaku Konsumen; Implikasi pada Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu

Uliana, Dina. 2012. Pengaruh Inovasi Produk terhadap *Purchase Intention* (Studi Kasus Pada Starbucks Via). Skripsi Ilmu Administrasi Niaga