

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Instrumen yang berisi pernyataan-pernyataan yang mewakili variabel *Atribut produk*, *Daya tarik iklan*, dan *Minat beli konsumen* di IKM Kreatif Gorontalo pada produk Sagela Olamita, yang disusun melalui kuisioner mendapatkan tanggapan yang “baik” dari responden/ konsumen, yang mengindikasikan bahwa pernyataan yang disusun sudah valid dan konsisten.
2. Secara parsial (sendiri-sendiri) maupun secara simultan (bersama-sama), variabel *Atribut produk* dan variabel *Daya tarik iklan* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel *Minat beli* konsumen produk sagela Olamita, yang ditunjukkan dengan uji regresi dan koefisien regresi melalui uji F dan uji T, sehingga hipotesis penelitian terbukti dan diterima.
3. Variabel *Atribut produk* dan Variabel *Daya tarik iklan* memiliki kontribusi untuk mempengaruhi Minat beli konsumen sebesar 57,4%, dan sisanya sebesar 42,6% memungkinkan untuk dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, peneliti menyarankan:

1. Agar IKM Kreatif Gorontalo serta IKM lainnya dapat mempertimbangkan setiap strategi pemasaran yang dilakukan untuk lebih memperhatikan atribut yang melekat pada produk serta mengkomunikasikan iklan yang memiliki daya tarik, sehingga dapat meningkatkan minat beli konsumen.
2. Penelitian ini dapat berguna sebagai bahan informasi dan referensi, baik bagi perusahaan, akademisi, masyarakat, dan pihak lainnya yang khusus membahas mengenai strategi pemasaran perusahaan menyangkut *atribut produk, daya tarik iklan* dan minat beli konsumen.
3. Kiranya penelitian ini dapat dijadikan acuan/ referensi bagi peneliti dan akademisi lainnya untuk dapat menambahkan variabel-variabel lain untuk memperkaya bahasan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Assael, Henry. 2001. *“Consumer Behavior and Marketing Action”*. Malang: Boston Thomson & Learning.
- Baack, D.W., dan Till D.B. 2005. *“Recall and Persuasion: Does Creative Advertising Matter?”* *Journal of Marketing*. Vol. 34, No. 3, Fall 2005.
- Durianto, Darmadi, Cicilia Liana. 2004. *“Analisis Efektifitas Iklan Televisi Softener Soft & Fresh di Jakarta dan Sekitarnya dengan menggunakan Consumer Decision Model”*. Vol.11, No. 1, Maret.
- Fandos, Carmina & Flavia'n, Carlos. 2006. *“Intrinsic and Extrinsic Quality Attributes, Loyalty and Buying intention: an Analysis for a PDO Product”*. *Journal of British Food, Journal*.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *“Metode Penelitian Manajemen”*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Hlm 32
- Fitragusi, Vina prasa. 2014. *“Analisis Deskriptif Perilaku Kewirausahaan Pada Pengusaha Industri Mochi Di Kota Suka Bumi”*. *Jurnal Penelitian. Universitas Pendidikan Indonesia*.
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, BP UNDIP*. Semarang.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2006. *“Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS”*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar. 2002. *“Ekonomika Dasar”*. Jakarta: Erlangga.
- Indriarto, Fidels. 2006. *“Studi mengenai Faktor Kekhawatiran dalam Proses penyampaian Pesan Iklan”*. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. 5, No. 3, pp. 248-268.
- Jin, Hyun Seung. 2003. *“Compounding Consumer Interest Effect Of Advertising Capaign Publicity On The Ability To Recall Subsequent Advertisement”*. *Journal Of Advertising*. Vol. 32, No. 3 Fall.

- Keller, Kevin Lane, Susan E, Heckler & Michel J. Houston. 1998. *“The Effects Of Brand Name Suggestiveness On Advertising Recall”*. Journal Of Marketing Vol. 62 (January 1998).
- Kotler, P. 2001. *“Manajemen Pemasaran di Indonesia, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian”*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip Dan Keller K. L. 2003. *“Marketing Management”*. PT Indeks. Jakarta: 2003.
- Kotler, Philip Dan Keller L Kelvin. 2007. *“Manajemen Pemasaran Edisi Ke 12”*. Jilid 1 Terjemahan: Benyamin Malon Pt Indeks Kelompok. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2008. *“Manajemen Pemasaran”*. Edisi ketiga belas. Jakarta: Airlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *“Manajemen Pemasaran”*. Edisi 13 jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lamb, Charles W, Joseph F Hair, Carl Mc Daniel. 2001. *“Pemasaran”*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Nela K. & Nanang W. 2012. “Pengaruh Persepsi Atribut Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Mobil Merek Isuzu Elf Studi Pada PT. Karya Zirang Utama Isuzu semarang”. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan*, Vol 3 Nomor 1, STIE Totalwin Semarang.
- Novian Yuga Pamujo. 2011. *“Analisis Pengaruh Atribut Produk, Bauran Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merchandise”*. Skripsi. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Rao, Purba. 1996. *“Measuring Consumer Perceptions Throigh Factor Analysis”*, The Asian Manager (February-March).
- Sekaran, U. (2000). *“Research Methods for Business”*, 3th ed., New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Setiaji, Bambang. 2004. *“Riset dengan Pendekatan Kuantitatif”*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah.
- Shimp, A. Terence. 2000. *Promosi dan Periklanan. Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.

- Simamora, Bilson. 2001. *"Panduan Riset Perilaku Konsumen"*. Jakarta: Indeks.
- Simamora, Bilson. 2002. *"Aura merek: 7 langkah membangun merek yang kuat"*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum
- Situmeang, Ilona V. Oisina. 2013. "Pengaruh Daya Tarik Iklan Televisi Toko Bagus Terhadap Minat Beli (Survey Pada Warga Kompleks Citra Gran Cluster Central Garden, Cibubur)". *Jurnal Komunikologi Volume 10 Nomor 1, Maret 2013*
- Sugiyono. 2000. *"Metode Penelitian Bisnis"*. CV ALFABETA. Bandung.
- Sugiyono. 2005. *"Statistika Untuk Penelitian"*. Bandung. Alfabeta
- Sugiyono. 2008. *"Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D"*. Bandung: ALFABETA
- Sugiyono. 2013. *"Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D"*. Bandung: ALFABETA, CV.
- Sugiyono. 2016. *"Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D"*. Bandung: ALFABETA, cv.
- Swasta, Basu dan Irawan. 1990. *"Manajemen Pemasaran Modern"*. Yogyakarta.: Liberty
- Thamrin. 2003. *"Riset Pemasaran"*. Jakarta: Erlangga
- Tjiptono, Fandi. 2007. *"Strategi Pemasaran Modern"*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandi. 2008. *"Strategi Pemasaran"*. Yogyakarta.: Andi.
- Triastuti, Rj., dkk. 2012. *"Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen"*. Diponegoro Journal Of Management.
- Wang, X., and Zhilin, Y. 2008. Does Country-Of-Origin Matter In The Relationship Between Brand Personality And Purchase Intention In Emerging Economies?: Evidence From China's Auto Industry. *Journal Faculty of Management and Administration, Macau University of Science and Technology, Taipa, Macau, China, 25(4) : 458-474*
- Wuryanti, Lestari. 2014. *"Pengaruh Iklan (Televisi dan Radio) terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Produk Sepeda Motor Merek Honda Di Wilayah Kecamatan Bandar Sribhawono "*. Jurnal Riset Akuntansi dan Manajemen, Vol. 3, No. 2, Desember 2014.