

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel promosi mempengaruhi *Keputusan pembelian* konsumen PT. Wahana Wirawan Indomobil Nissan Gorontalo sebesar 18,3%, adapun selebihnya sebesar 81,7% dari keputusan pembelian konsumen bisa dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti seperti Harga, Produk, Kepercayaan, dan lain sebagainya

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, peneliti menyarankan:

1. PT. Wahana Wirawan Indomobil Nissan Gorontalo, serta Dealer resmi otomotif lainnya dapat mempertimbangkan setiap pengelolaan pemasaran produknya melalui kegiatan promosi yang dilakukan yang sifatnya informatif dan dapat membujuk sehingga akan memberikan dampak pada peningkatan keputusan pembelian konsumen.
2. Kiranya penelitian ini dapat berguna sebagai bahan informasi dan referensi, baik bagi perusahaan, akademisi, masyarakat, dan pihak lainnya dalam kaitannya membahas persoalan keputusan pembelian konsumen.
3. Kiranya penelitian ini dapat dijadikan acuan/ referensi bagi peneliti dan akademisi lainnya untuk dapat menambahkan variabel-variabel lain yang berhubungan dengan perilaku konsumen, lebih khusus

membahas keputusan pembelian konsumen, untuk memperkaya bahasan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hasan. 2008. *Manajemen Pemasaran dan Marketing*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Arikunto S. 2006, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi IV, Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Basu Swastha dan Irawan, 2006. *Manajemen Pemasarana Modern*, Edisi Kedua, Yogyakarta: Liberty.
- Buchari Alma. 2004, *Manajemen Pemasarsn dan Jasa*, Edisi Revisi, Bandung: CV. Alfabeta.
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl Mcdaniel. 2001, *Pemasaran*. Edisi Pertama, Jakarta: Salemba Empat.
- Chandra, Gregorius. 2002, *Strategi dan Program Pemasaran*, Edisi 1. Yogyakarta: Andi.
- Dharmmesta, B. S., (2000), *Riset Minat dan Perilaku Konsumen: Sebuah Catatan dan Tantangan Bagi Peneliti yang Mengacu pada Theory of Reasoned Action*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, 7 (1), 39-52
- Dharmmesta dan Irawan. 2001, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Yogyakarta.
- Dharmesta dan Irawan. 2005, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Yogyakarta : Liberty Ismaya.
- Fandy, Tjiptono. 2000, *Manajemen Jasa* , Yogyakarta: Andy.
- Fandy, Tjiptono. 2009, *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua Cetakan Ketujuh, Yogyakarta: Andi Offset.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Edisi Ke 4, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* . Semarang: UNDIP.
- Jalaludin, Rakhmat. 1998, *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Rosda

- Kaplan R. M. dan Saccuzzo D. P. (1993), *Psychological Testing principles, application, and issues*, Brooks/Cole Publishing Company, Pacific Grove, California, 141.
- Kasmir dan Jakfar. 2003, *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Prenada Media Group.
- Kodu. 2013, *Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza*, Skripsi, Universitas Sam Ratulangi Manado
- Kotler, Philip. 2003. *Marketing Management*, 11th Edition. Prentice Hall. Inc. New Jersey. Hal 85.
- Kotler, Philip. 2008, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip. 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Amstronng. 2001. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstronng. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lamb, Charles, W.et.al. 2001. *Pemasaran. Edisi Pertama*, Salemba Empat: Jakarta
- Mendari, Sri Anastasia. 2010. *Aplikasi Teori Hierarki Kebutuhan Maslow dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Mahasiswa* . Jurnal Widya Warta No. 01 Tahun XXXIV
- Narulita, Herawati. 2014, *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Swalayan Indomart Banyu Urip Di Surabaya*. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- P. Angipora, Marius, *Dasar – dasar Pemasaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1999.
- Riduwan , 2003. *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*, Penerbit Alfabeta (Jl. Gegerkalong Hilir 84) Bandung.
- Ristouvani, Azis. 2014. *Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil KIA RIO pada PT. Kia Mobil Idonesia Bandung (Studi Kasus di PT. KIA Mobil Indonesia Bandung)*. Skripsi. Universitas Widyatama

- Setiaji, 2004. *Analisis Korelasi dan Regresi*. Bandung: Alfabeta.
- Sitepu, Novi Indriyani. 2016. *Perilaku Konsumsi Islam di Indonesia*. Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam Volume 2 No.1.
- Saladin, Djaslim. 2003, *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*, Cetakan Ketiga, Bandung : Linda Karya
- Saladin, Djaslim. 2006, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Keempat, Bandung : Linda Karya.
- Sekaran, Umar. 2000. *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Edisi Keempat. Jakarta: Salemba Empat.
- Stanton, William J. (2002). *Fundamentals of Marketing*. McGraw Hill, Singapore.
- Sukandarrumidi, 2002. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta. UGM Press
- Sugiyono. 2000. *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Alfabeta
- Thoha, Miftah. 2001. *Perilaku Organisasi, Konsep Dasar dan Aplikasinya*, RajaGrafindo Persada, Jakarta
- Tria, Ariyanti. 2014, *Pengaruh Strategi Promosi Dalam Penjualan Produk di PT. United Indo Surabaya*, Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, Vol 3,
- Umar, Husein, 2007, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Yamit. Yulian, 2001, *Manajemen Kualitas : Produk dan Jasa*, Ekonisia, Jakarta.
- Yohanes Danovan Hamonangan Sinaga. 2013, *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Giant Supermarket Bandar Lampung*. Abstrak.