

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Setiap indikator yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang mewakili variabel penelitian yakni promosi, kualitas produk dan minat beli memiliki keandalan instrumen yang baik, dan jawaban yang konsisten dari reponden.

Hasil uji koefisien regresi melalui uji F menunjukkan bahwa secara bersama-sama seluruh variabel bebas (promosi dan kualitas produk) memiliki pengaruh terhadap minat beli.

Secara parsial variabel promosi tidak berpengaruh terhadap minat beli dan variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli, yang ditunjukkan dengan uji koefisiensi regresi.

Seluruh variabel bebas memiliki pengaruh sebesar 41,4% terhadap minat beli, dan sisanya 58,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti: harga, kualitas pelayanan, kepercayaan konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian peneliti menyarankan:

1. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi dan referensi baik bagi akademisi, peneliti, dan pihak lainnya membahas mengenai pemasaran menyangkut promosi, kualitas produk dan minat beli
2. Penelitian yang akan datang disarankan untuk mencari ruang lingkup populasi yang berbeda dari penelitian ini. Sampel yang digunakan sebaiknya lebih banyak dari sampel dalam penelitian ini, sehingga penelitian lanjutan tersebut dapat semakin memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap peningkatan minat beli.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan promosi, kualitas produk dan minat beli agar hasil penelitiannya dapat lebih baik lagi.
4. Bagi perusahaan, penelitian ini menjadi bahan pertimbangan untuk meningkatkan kualitas produk dan lebih giat melakukan kegiatan promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusli, Devonalita dan Kunto, Yohanes Sondang, 2013. "*Analisa Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Midtown Hotel Surabaya*", Vol. 1, No. 2, jurnal Universitas Kristen Petra.
- Alma Buchari. 2007. "*Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*". Bandung: CV. Alfabeta
- Alma, Buchari. 2016. "*Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*". Bandung. Alfabeta
- Amir, Suri. 2017. "*pengaruh kemasan dan kualitas produk terhadap minat beli pada stick jaguan di ikm cahaya bimbing cakrawala*", Skripsi Universitas Negeri Gorontalo
- Arifin, Endro, Achmad Fachrodji, 2015. "*Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Ban Achilles Di Jakarta Selatan*". Jurnal MIX, Volume V, No. 1, Universitas Airlangga Surabaya, PT. Jasindo Sri Sejahtera
- Ario Sahi, 2016, "*pengaruh promosi program bazar emas terhadap minat beli (studi pada PT. Pegadaian Cabang Gorontalo Utara)*", Skripsi Universitas Negeri Gorontalo.
- Assael, Henry. (2001). *Consumer Behavior*. Edisi keenam. New York: Thomson Learning.
- Cravens, David W. 1996. "*Pemasaran Strategis*", Erlangga.
- Ferdinand. 2002. "*Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama. Jilid 1*". Jakarta: Erlangga.
- Ghozali, Imam. 2001. "*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*". Semarang: Badan Peneliti Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2005. "*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*". Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Giovany. 2017. "*Ragam Model Penelitian & Pengolahannya Dengan SPSS*", Wahana Komputer.
- Hansen dan Mowen. 2005, "*Management Accounting Buku 2 Edisi Ke-7*". Jakarta, Salemba Empat.
- Haryanto, Resty Avita. 2013, "*Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Mcdonald's Manado*", Vol.1 No.4, jurnal Universitas Sam Ratulagi Manado.

- Indika, Deru R. dan Jovita, Cindy. 2017. "Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen", Volume 01, Nomor 01, jurnal Universitas Padjadjaran, Bandung.
- Kaddas, Andi Gusti Jumaela. 2012. " Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Samsung Galaxy Tab Pada Pt.Samsung Cabang Makassar", Skripsi Universitas Hasanauddin Makassar.
- Kotler dan Keller, (2012). "Marketing Management. Edisi 14. Global Edition". Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip, Gary Armstrong. (2008). "Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi ke-12. Jilid ke-1". Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2005). "Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2". Jakarta. P.T. Indeks Gramedia.
- Kotler, Philip. (2006). "Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi Kesebelas". Jakarta. P.T Indeks Gramedia.
- Kotler, Philip. 2010. "Manajemen Pemasaran". Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. 2006. "Manajemen Pemasaran Jasa". Salemba Empat. Jakarta.
- Manangi, Budiman. 2016. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Keunggulan Kartu Simpati 4G" (studi kasus mahasiswa jurusan manajemen Universitas Negeri Gorontalo), Skripsi Universitas Negeri Gorontalo.
- Mitchell dan Denny Bernardus. 2018. "Pengaruh Lokasi, Fasilitas, Produk, Harga, Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Apartemen Phase 4 Ciputra World Surabaya", Volume 3, Nomor 5, jurnal Universitas Ciputra, Surabaya.
- [Philip Kotler](#), [Kevin Lane Keller](#), 2012. "Marketing Management", Pearson
- Priyatno Duwi. 2016, "Belajar Alat Analisis Data Dan Cara Pengelohannya Dengan SPSS", Gava Media.
- Samosir, Charlie Bernando Halomoan dan Prayoga K, Arief Bowo. 2015. "Jurnal Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervon-C", Volume 1, Nomor 3, jurnal Universitas Mercu Buana.

- Satria, Arief Adi. 2017. “*Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36*”, Volume 2, Nomor 1, jurnal Universitas Ciputra Surabaya.
- Stanton, William J. 2012. “Prinsip pemasaran, alih bahasa : Yohanes Lamarto”. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Sugiyanto dan Suharti. 2018. “*Pengaruh Persepsi Produk/Pesan, Sumber Model Dan After Sales Terhadap Minat Beli Produk Dell Di Kota Yogyakarta*”, Vol 2 No 1, jurnal Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta.
- Sugiyono. 2005. “Memahami Penelitian Kualitatif”. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. “*Metode Peneletian Manajemen*”, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2018. “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D”, Alfabeta, Bandung.
- Tagoi, Febriyanti Y. 2016. “*pengaruh merek terhadap keputusan pembelian sepatu merek nike pada mahasiswa jurusan manajemen universitas negeri gorontalo*”, Skripsi Universitas Negeri Gorontalo.
- Yohanda, Aulia Restu, Erni Masdupi, Yunita Engriani. 2019. “The Influence of Promotion, Perceived Ease of Use, and Price Toward Repurchase Intention Transportation Services Go-jek on Students in Universitas Negeri Padang”, jurnal Universitas Negeri Padang
- <https://www.pelajaran.co.id/2019/04/pengertian-minat-beli-aspek-dimensi-tahapan-dan-faktor-yang-mempengaruhi-minat-beli-konsumen.html>
- <http://repository.unpas.ac.id/32892/6/BAB%20III.pdf>
- <http://pandri-16.blogspot.com/2010/12/sejarah-dan-perkembangan-samsunng.html>