

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian DKI Martabak Mini Kota Gorontalo. Hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan yang searah antara Inovasi Produk dengan Keputusan Pembelian DKI Martabak Mini Kota Gorontalo.
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian DKI Martabak Mini Kota Gorontalo. Hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan yang searah antara Harga dengan Keputusan Pembelian DKI Martabak Mini Kota Gorontalo.
3. Secara simultan variabel bebas (Inovasi Produk dan Harga) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Keputusan Pembelian DKI Martabak Mini Kota Gorontalo).

#### **5.2 Saran**

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

1. Alangkah baiknya pihak dari DKI Martabak Mini berupaya untuk memberikan inovasi produk yang terbaru setiap tahun atau dalam jangka beberapa bulan agar konsumen bisa melakukan pembelian secara berulang kali.

2. Alangkah baiknya pihak dari DKI Martabak Mini berusaha meningkatkan kinerjanya agar semakin banyak konsumen yang melakukan pembelian DKI Martabak Mini Kota Gorontalo.
3. Alangkah baiknya dari pihak DKI Martabak Mini harus lebih paham apa yang diinginkan konsumen.
4. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya merekonstruksi bentuk-bentuk pernyataan dalam penelitian ini, serta mengembangkan operasional variabel. Langkah yang dapat dilakukan yakni dengan menggunakan skala guttman dalam pengumpulan data agar hasil jawaban responden dapat lebih objektif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Depok : PT. RAJAGRAFINDO PERSADA. ISBN 978-979-769-419-7
- Albari. 2018. “*The Influence of Product Price on Consumers’ Purchasing Decisions*”. *Jurnal Integrative Business and Economics Research* Vol. 7, Supplementary Issue 2
- Alma Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arsyad, Lincoln. 2011. *Ekonomi Manajerial*. BPFE-YOGYAKARTA. ISBN 979-503-002-7
- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen pemasaran*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Fontana, Avanti. 2011. *Innovate We Can*. Bekasi : Cipta Inovasi Sejahtera
- Ginting, Nembah F Hartimbul. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : CV YRAMA WIDYA. ISBN 978-979-077-583-1
- Gulliando, Diego. 2019. “*The Effect of Product Quality, Price and Promotion on the Purchase Decision of Telkomsel Service Products*”. *Jurnal International of Innovative Science and Research Technology* Vol. 4 Issue 9. ISSN-2456-2165
- Haudi, dkk. 2020. “*Effect of Product Innovation and Marketing Strategy on Consumer Purchase Decisions in Indonesia's Lightweight Roof Steel Industry*”. *Jurnal of Critical Reviews* Vol. 7 Issue 13. ISSN-2394-5125
- Heryanti Yanti. 2020. “*Inovasi Produk Sandal Wanita Prodior Di Kampung Ciponyo Kelurahan Mangkubumi Kecamatan Mangkubumi Kota Tasikmalaya*”. *Jurnal Administrasi dan Kebijakan Publik* Vol. 1, No. 1 Bulan Maret 2020, ISSN: 2722-2438 72
- Kharisma, Fresha. 2017. “*Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Toyota All New Avanza (Studi pada Pelanggan di Dealer Auto 2000 A.Yani)*”. *Jurnal Ilmu Manajemen* Vol. 05 No. 02
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Jilid 1*. Jakarta : PT. Indeks. ISBN 979-683-817-6

- Mursid. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nasution, M.N. 2005. *Total Quality Management*. Jakarta : PT Ghalia Indonesia
- Niode, Idris Y dan Herwin Mopangga. 2016. *Manajemen Usaha: Produk Unggulan Stik Jagung Ikan*. Ideas Publising. Gorontalo
- Niode, Idris Y, Yusniar Mendo, Rauf Fajrunnisa R. 2020. *Role Of Purchase Decision As A Mediation That Influences Atmosphere Store On Customer Satisfaction. Russian Journal Of Agricultural and Socio-Economic Sciences (RJOAS)*. ISSUE 7(103), July 2020. Pp. 37-44`
- Niode, Idris Y dan Herwin Mopangga 2016. *Peningkatan Produksi dan Perluasan Pasar Stik Jagung Ikan Gorontalo. Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. Vol. 17 No. 1 (2016): Februari. Universitas Gajayana Malang
- Peter, J Paul., and Olson., Jerry C. 2010. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Terjemahan Damos Sihombing. Jakarta: Jilid 1. Edisi 9, Erlangga
- Pribudi, Stefandi dan Harjanti, Dhyah. 2018. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian di Shoesholic Shop Tunjungan Plaza Surabaya". *Jurnal Agora* Vol. 6, No.1
- Rasyid, Harun Al dan Indah, Agus Tri. 2018. "Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan". *Jurnal Perspektif*. Vol.XVI No.1 ISSN-2550-1178
- Rogers, M.Everett. 2012. *Diffusion of Innovation 5th Edition*. Free Press, New York.
- Sandala Dicki., Dkk. 2019. *Pengaruh Viral Marketing, Food Quality Dan Brand Tust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mom Milk Manado*. *Jurnal MBA* Vol.7 No.3
- Shaleh, Riefky. 2017. "Pengaruh Inovasi Produk, Gaya Hidup, Harga, terhadap Keputusan Pembelian Minyak Rambut Stalker Pomade (Studi Kasus pada Pembeli Minyak Rambut Stalker Pomade di UN PGRI Kediri)". *Jurnal Simki Economic* Vol. 01 No. 01
- Sinurat, Elinawati Susi Mentari, dkk. 2017. "Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Suzuki Ertiga". *Jurnal EMBA* Vol. 5 No.2 ISSN-2303-1174

- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: ALFABETA
- Sutisna. 2002. *Perilaku konsumen*, Bandung Rosda Karya.
- Sukmana Mas Mochamad Deden,. Dkk. 2019. “*Hubungan Harga Dan Promosi Dengan Keputusan Pembelian Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di PT Bank Mandiri Jakarta Kota*”. Jurnal Economicus Vol. 10 No. 1
- Stanton, William J. 2012. *Prinsip pemasaran*, alih bahasa : Yohanes Lamarto Penerbit Erlangga, Jakarta
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategic*.Yogyakarta: CV Andi
- Umi Narimawati. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Teori dan Aplikasi. Bandung: Agung Media