

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 kesimpulan**

beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada putra mebel gorontalo
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada putra mebel gorontalo
3. Secara simultan Kualitas Produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian di putra mebel gorontalo.

#### **5.2 Saran**

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

1. Sebaiknya untuk lebih memperthankan konsumen perlu mempertahankan kualitas produk yang dimiliki putra mebel gorontao
2. Sebaiknya harga selalu disesuaikan dengan keinginan konsumen dengan memperhatikan kualitas produk yang sesuai
3. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya merekonstruksi bentuk-bentuk pernyataan dalam penelitian ini, serta mengembangkan operasional variable. Langkah yang dapat dilakukan yakni dengan menggunakan skala guttman dalam pengumpulan data agar hasil jawaban responden dapat lebih objektif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Thamrin dan Francis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Abdullah, Thamrin dan Tantri, Francis. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan ke-3. Jakarta : Rajawali Press.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler.P dan Armstrong. G. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta:Indeks.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I* Edisi 12 Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2012. *Marketing Management*. 14th edition. New Jersey: Prentice.
- Lupiyoadi, Rambat, 2013, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 3, Jakarta:Salemba Empat.
- Mursid.2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara
- Meita,dkk.2014. *Pengaruh bauran pemasaran ritel terhadap keputusan pembelian produk di hypermart ponorogo city center, Fakultas ekonomi, universitas*

*negeri surabaya*, Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) I Vol 2, No 2, 2014).

Diakses online tanggal 03 januari 2016

Setiadi, Nugroho, 2003. ''*Perilaku Konsumen*'' Penerbit PT.Kencana prenenda

Schiffman dan Kanut. 2004. *Perilaku Konsumen* (edisi 7). Jakarta:Prientice Hall

Setiadi, N.J (2005) *Perilaku Konsumen: Konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran*. Jakarta: Prenada media

Sugiono 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Alvabeta, Cv

Tjiptono, Fandt. 2008. *Strategi Pemasaran*, EdisiTiga. Cetakan Keempat. Andi.  
Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy .2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy, 2004, *Total Quality Manajemen*, Yogyakarta:Andi Offset.