

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menginterpretasikan seberapa besar pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian air mineral ades (survey pada mahasiswa manajemen angkatan 2014). Untuk mengukur itu maka peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan microsoft excel 2010 dan SPSS (statistical product and service solutions) 21. Maka analisis data yang telah dilakukan dari pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Sesuai hasil analisis tentang atribut produk terhadap keputusan pembelian air mineral ades pada mahasiswa manajemen angkatan 2014 yang sudah diuraikan pada bab sebelumnya, dimana atribut produk berpengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian air mineral ades pada mahasiswa manajemen pada universitas negeri gorontalo yang lebih di khususkan pada mahasiswa angkatan 2014 setelah mengkonsumsi air mineral ades. Selanjutnya dari hasil analisis, terdapat tingkat hubungan yang sedang antara atribut produk dengan keputusan pembelian dan besarnya kontribusi yang diberikan variabel X (atribut produk) terhadap variabel Y (keputusan pembelian) sebesar 28,3 %.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, keterbatasan dan simpulan pada akhirnya peneliti merekomendasikan beberapa hal yang perlu dicemati pihak yang terkait dengan penelitian ini antara lain Bagi perusahaan agar dapat mengevaluasi kembali atribut-atribut produk yang akan di tawarkan pada produk air mineral ades agar bisa menjamin kelangsungan hidup dan bisa meningkatkan produksi dari salah satu air minum dalam kemasan agar bisa bersaing dengan air mineral kemasan yang lain seiring berkembangnya zaman pada era sekarang dan diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan hasil penelitian ini dengan menambahkan beberapa variabel yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah dan Tantri.2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja grafindo Persada
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *ManajemenPenelitian*.Jakarta:Rineka Cipta.
- Asosiasi Produsen Air Minum Dalam Kemasan Indonesia (Aspadin). 2010. Penelitian Deskriptif. Jakarta : Departemen Perdagangan Nasional.
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta
- Ginting, Hartimbul. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Yrama widya.
- Gitosudarmo,Indriyo. 2012. *Manajemen pemasaran edisi kedua*. Yogyakarta : BPEE
- [Http://Fujiro.Com](http://Fujiro.Com), Diakses Pada Tanggal 22 April 2015.
- [Http://Topbrandindeks.Com](http://Topbrandindeks.Com), Diakses Pada Tanggal 16 Mei 2015
- Iman, Sentot. 2010. *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Graha ilmu.
- Indriantoro. 2011. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : BPEE.
- Kertajaya, Hermawan. 1996. *Marketing plus 2000, Siasat Manajemen Persaingan Global*. Jakarta:Gramedia.
- Kotler dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 (Edisi Ke-12)*. Jakarta: PT Indeks.
- _____.2007. *Manajemen Pemasaran Jilid 2 (Edisi Ke-12)*. Jakarta:PT Indeks.
- Kotler dan Keller.2009. *Manajemen Pemasaran jilid 1 (Edisi Ke- 13)*. Jakarta:Erlangga

- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane, 2006. *Marketing Management*, New Jersey: Pearson Education, Inc, Upper Sadle River.
- Mursid. 2014. *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara
- Prasetijo dan Lhalauw. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Pomalingo, Nelson. 2010. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Gorontalo : UNG Press.
- Nully Ratih, W. (2006). Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kaos Joger Bali. *Jurnal Manajemen (Online) Vol 10*. ([Http://Jurnalmanajemenpemasaran.Co.Id](http://Jurnalmanajemenpemasaran.Co.Id), Diakses 17 Mei 2015)
- Ni Luh Gede Diah Nirmala Dewi Dan Made Jatra Tahun (2012). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen (Online) Vol 10*. ([Http://Jurnalmanajemenpemasaran.Co.Id](http://Jurnalmanajemenpemasaran.Co.Id), Diakses 17 Mei 2015)
- Schiffman dan Lazar Kanuk. 2000. *Consumer Behaviour*. USA: Prentice Hall.
- Sudjana. 1996. *Metode statistika*. Bandung: Tarsit.
- Sudarno. 2010. *Marketing In Practice*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2011. *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2014. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta, bandung
- Supranto. 2001. *Statistik teori dan aplikasi*. Jakarta: erlangga
- Suswardji. 2012. *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Satria (Fu) Pada Dealer Suzuki Sanggar Mas Jaya Kerawang*. *Jurnal Manajemen (Online) Vol 10*.

([Http://Jurnalmanajemenpemasaran.Co.Id](http://Jurnalmanajemenpemasaran.Co.Id), Diakses 14 Mei 2015)

Swasta. 2011. *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung : PT Remaja Roskarya.

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

Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen : Teori Dan Penerapan Dalam Pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia.

Umar, Husein.2003. *Metode Riset*. Jakarta: Ghalia Indah.

Yazid. 2008. *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: Ekonisia