

## **BAB 5**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Hasil dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa :

- a. Variabel kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Maka dapat diartikan bahwa kualitas produk mempengaruhi tingkat keputusan pembelian, semakin tinggi kualitas yang dimiliki oleh Cake Bread and Butter Bakery Madiun maka akan semakin tinggi juga konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.
- b. Variabel variasi produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Maka dapat diartikan bahwa variasi produk mempengaruhi tingkat keputusan pembelian, semakin banyak variasi produk yang dimiliki oleh Cake Bread and Butter Bakery Madiun maka akan semakin tinggi juga konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

#### **5.2. Keterbatasan**

Hasil dari uji koefisien determinasi (R square) menunjukkan bahwa kualitas produk dan variasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 51,1% dengan sisa sebesar 48,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### **5.3. Saran**

- a. Saran bagi akademis :

Pada peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain untuk mempengaruhi keputusan pembelian. Hasil dari nilai R square pada penelitian ini sebesar 51,1% keputusan pembelian dapat dijelaskan dengan kualitas produk dan variasi produk, sedangkan sisanya yaitu sebesar 48,9% dijelaskan oleh faktor-faktor lain seperti promosi penjualan dan lain-lain.

- b. Saran Praktis bagi Bread and Butter Bakery Madiun :

- 1) Dari hasil penelitian ini variabel variasi produk merupakan salah satu variabel yang dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian. Maka

diharapkan *owner* dapat tetap memperhatikan dan meningkatkan lebih banyak lagi varian cake yang dimiliki oleh Bread and Butter Bakery Madiun untuk menarik minat keputusan pembelian konsumen.

- 2) Salah satu faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yaitu kualitas produk, *owner* harus dapat mempertahankan kualitas produk yang dimiliki oleh Cake Bread and Butter Bakery Madiun agar konsumen semakin tertarik untuk melakukan keputusan pembelian

## Daftar Pustaka

- Ariestonandri, P. (2006). *Marketing Research for Beginner*. Yogyakarta : Andi.
- Assauri, S. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers. Basu, Swasta, dan Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.
- Buchari, A. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Ernawati, dan Sidik. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pabrik Roti Agung Kabupaten Tasikmalaya. *Cipasung Techno Pesantren*, 16 (2), 11-25.
- Evasari, dan Yani. (2021). Analisis Variasi Produk, Kemasan dan Media Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Kripik “NADASUKA”. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10 (1), 1-9.
- Farli, L. (2015). *Perilaku Konsumen*. Edisi Enam. Jakarta : Binarupa Aksara.
- Ghozali, I. (2014). *Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi IBM SPSS 22*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Groover P, Mikel. (2010). *Fundamentals of Modern Manufacturing : Materials, Process, and System 4th Edition*. London : John Wiley Sons, Inc.
- Handoko. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Badan Penerbit IPWI.
- Hendra, Rusly, dan Ronny A. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Indeks.
- Imanulah, Andriyani, dan Melvani. (2022). Pengaruh Citra Toko, Varian Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Restoran Pancious Soma Palembang. *Journal Ekombis Review*, 10 (01), 285 – 295.
- Indrasari, D.M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya : Unitomo Press.
- Kusumawati, Aditya, dan Rianto. (2020). Pengaruh Harga, Kemasan dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Susu UHT Ultra Milk (Studi pada Karyawan Uni Charm Mojokerto Factory). *Agrimas*, 4 (1), 34 – 45.
- Kotler, Philip dan Garry Armstrong. (2017). *Marketing An Introduction 13<sup>th</sup> Edition*. London : Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*. Edisi 15e. Global Edition. Pearson Prentice Hall.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktik*. Edisi Pertama. Jakarta : Salemba Empat.
- Simamora. (2011). *Riset Pemasaran*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

- Suhardi, Zulkarnaini, Burda, Darmawan, dan Kustantina. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal STEI Ekonomi (JEMI)*. 31 (01), 52 – 64.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & RD*. Bandung : Alfabeta.
- Sutisna. (2003). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Taan, dan Machmud. (2020). The Improvement of Purchase Decisions of Putra Kusuma Pia Cake Through Product Quality, Product Variations, and Packaging. *PalAch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology (PJAEE)*. 17 (9), 504 – 516.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Yogyakarta : Andi Yogyakarta.