

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa :

- a. Variabel variasi produk berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian, disimpulkan bahwa variasi produk yang ada di Prabon Market yang menarik dapat memengaruhi keputusan pembelian
- b. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap variabel keputusan pembelian, disimpulkan kualitas pelayanan mempengaruhi tingkat keputusan pembelian, jika pelayanan yang di berikan Prabon Market memuaskan maka semakin tinggi minat konsumen dalam melakukan pembelian.

5.2 Keterbatasan

Berdasarkan data yang diolah hasil uji koefesien determinasi (R^2) menghasilkan R square sebesar 0,701 yang artinya (R^2) > 0,05. Pada penelitian ini kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat sangat baik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel variasi produk dan kualitas layanan dapat menjelaskan keputusan pembelian sebesar 70,1% dan sisanya 29,9 % dapat dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan.

5.3 Saran

- a. Saran untuk akademis
 - 1) Untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel lain berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian yaitu variabel harga (Eriyanti dan Kusumadeni, 2020; Firdiansyah dan Prawoto, 2021).), lokasi (Eriyanti dan Kusumadeni, 2020; Firdiansyah dan Prawoto, 2021), dan *store atmosphere* (Genesius dan Renwarin,2022)

b. Saran untuk Prabon Market Madiun

Pada hasil penelitian ini variabel variasi produk memengaruhi keputusan pembelian. Sebagai pemilik diharapkan memperhatikan dan meningkatkan varian yang dimiliki Prabon Market untuk menarik konsumen

DAFTAR PUSTAKA

- Almasdi, J. S. (2012). Aspek sikap mental dalam manajemen sumber daya manusia. Jakarta: Syiar Media
- Angelyn, A. (2022). Pengaruh Lokasi, Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada PT Setia Jaya Batam (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- Bilson, S. (2011). Memenangkan Pasar dengan Pemasaran yang Efektif dan Menguntungkan. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Baihaky, S., Yogatama, A. N., & Mustikowati, R. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokkebi Snacks Malang. *JISOS: JURNAL ILMU SOSIAL*, 1(2), 85-104.
- Chinsuvapala, P. (2017). Kotler, Philip dan Keller Kelvin Lane.(2016). Manajemen Pemasaran.(edisi global ke-15) Edinburg: Pearson Education.(679 hal). *JURNAL KASEM BUNDIT* , 18 (2), 180-183.
- Eriyanti, H., & m Kusmadeni, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Variasi Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Supermarket Di Pangkalpinang. *JEM Jurnal Ekonomi dan Manajemen* , 7 (1), 1-14.
- Fandy, T. (2008). Strategi Pemasaran Edisi III. Andi Yogyakarta, Yogyakarta
- Faradila, S. M., Kusnadi, E., & Soeliha, S. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo Dengan Minat Beli Produk Fashion Muslim Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(2), 256-271.
- Faroh, W. N., & Junaidi, D. (2019). Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bangunan Di Portal Network Six Store Cabang Depok 2018. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(3), 111-120.

- Ghozali, I(2014). ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi dengan IBM SPSS 22. Semarang:Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., Armstrong, G., Ang, SH, Leong, SM, Tan, CT, & YAU, O. (2008). Prinsip pemasaran: Perspektif global.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Managemen Global edition15. United State of America.
- Nurrahman, I., & Utama, D. H. (2016). Pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian (survei pada pembeli smartphone nokia series x di bec bandung). *Journal of Business Management Education (JBME)*, 1(1), 56-65.
- Purwati, A. A., Siahaan, J. J., & Hamzah, Z. (2019). Analisis Pengaruh Iklan, Harga dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian di Toko Rumah Mebel Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 30(1), 20-28.
- Priansa, D. J. (2017). Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer.
- Ragasya, A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Padang Salero Enak di Surabaya. *Jurnal Mitra Manajemen*, 6(6), 347-361.
- Ramadhani, D. (2023). analisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di cincau station transmart rungkut surabaya. *Soetomo Administrasi Bisnis*, 1(1), 65-84.
- Suhardi, Y., Syachroni, A., Burda, A., & Darmawan, A. (2020). Pengaruh keragaman produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal stei ekonomi*, 29(02), 17-30
- .Taan, H., & Machmud, R. (2020). the Improvement of Purchase Decisions of Putra Kusuma Pia Cake Through Product Quality, Product Variations, and Packaging. *PalArch's Journal of Archaeology of ...*, 17(9), 504–516. <https://www.archives.palarch.nl/index>
- Sumantri, V., & Puspawati, R. N. M. S. (2023). analisis pengaruh variasi menu
- Sugiyono, S., & Lestari, P. (2021). Metode penelitian komunikasi (Kuantitatif,

kualitatif, dan cara mudah menulis artikel pada jurnal internasional).

Swastha, B., & Handoko, T. H. (2002). Manajemen pemasaran. Edisi Kedua.

Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). Pemasaran Strategik, Edisi 2, Yogyakarta, CV. Andi offset.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). Service Quality and Satisfaction . Andi Offset.

Tjiptono, F. (2017). Service Management Mewujudkan Layanan Prima (III). Andi Offset.

Wahyuningsih, D. W. (2019). Pengaruh variasi produk, harga dan promosi penjualan terhadap keputusan konsumen dalam membeli motor yamaha n-max di Wonogiri. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(02).