

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisa dari perhitungan yang telah dilakukan pada bagian sebelumnya, maka diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. Ternyata perkembangan produk perusahaan roti Jaya Makmur Mandiri Perkasa sudah sesuai dengan keinginan konsumen. Hal ini berarti hipotesis pertama diterima karena χ^2 hitung $<$ χ^2 tabel ($18,838 < 26,296$).
2. Ternyata perkembangan produk perusahaan roti Jaya Makmur Mandiri Perkasa sudah sesuai dengan selera konsumen. Hal ini berarti hipotesis kedua diterima karena χ^2 hitung $<$ χ^2 tabel ($8,149 < 26,296$).

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat dikemukakan kepada perusahaan sebagai berikut:

1. Pengembangan produk harus mendapatkan perhatian khusus karena persaingan yang semakin ketat dan merupakan salah satu upaya untuk memperoleh loyalitas dari konsumen.
2. Pengembangan produk dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kualitas produk baik mengenai bentuk, ukuran, isi, warna, dan kemasan yang merupakan keinginan konsumen pada suatu periode tertentu yang dilaksanakan secara terus menerus.

3. Perusahaan diharapkan mampu menyesuaikan diri terhadap perubahan-perubahan yang terjadi dan juga tanggap terhadap kebutuhan konsumen, sehingga konsumen merasa puas dan diperhatikan kebutuhannya. Untuk itu perusahaan harus melakukan studi pasar dan memperhatikan produk pesaing.



DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Ahyari, Agus, 1987, *Manajemen Produksi II: Pengendalian Produksi*, Cetakan Kedua, Edisi Keempat, Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada.
- Alma, Buchari, Dr., 1992, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua, Bandung.
- Asauri, Sofyan, SE. MBA., 1987, *Manajemen Pemasaran*, Cetakan Kesatu, Edisi Kesatu, Rajawali: Jakarta
- Kotler, Philip, 1987, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Alih bahasa oleh Wilhelmus WB, Jakarta: Intermedia, Edisi ketiga.
- Kotler, Philip, 1991, *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*, Edisi Ketujuh, Englewood Cliff, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong, 1991, *Principles of Marketing*, Edisi Kelima, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Nitisemito, Alex S, 1984, *Marketing*, Cetakan Keempat, Ghalia: Indonesia.
- Radiosunu, 1986, *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Analisis*, Cetakan Kedua, Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Sigit, Suhardi. 1987, *Marketing Praktis*, Cetakan Pertama, Edisi Kedua, Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada.
- Stanton, William J., Michael J. Etzel, dan Bruce J. Walker, 1991, *Fundamentals of Marketing*, Edisi Kesembilan, New York: Mc-Graw Hill.
- Sudjana, 1988, *Metode Penelitian*, Edisi Keempat, Tarsito: Bandung.
- Swasta, Basu, DH. Drs. dan T. Hani Handoko, 1982, *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama, Edisi Pertama, Liberty: Yogyakarta.
- Swasta, Basu, DH, 1984, *Azas-Azas Marketing*, Cetakan Pertama, Edisi Ketiga, Yogyakarta.

Swasta, Basu, DH, 1987, *Manajemen Barang dalam Pemasaran*, Cetakan Pertama, Edisi Kedua, Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada.

Swasta, Basu, DH dan Irawan, 1990, *Managemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada.

Umar, Husein, 1999, *Metodologi Penelitian Aplikasi dalam Pemasaran*, Cetakan Ketiga, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

