

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan pada bab 4 maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama yang menyatakan “Diferensiasi produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk pasta gigi *pepsodent* di Surabaya”. Hal ini terbukti benar bahwa dengan perusahaan melakukan diferensiasi pada produk yang di produksi, maka konsumen akan dengan sangat mudah melakukan keputusan pembelian.
2. Hipotesis kedua yang menyatakan “Merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk pasta gigi *pepsodent* di Surabaya”. Hal ini terbukti benar bahwa dengan menetapkan merek yang baik pada suatu produk, maka konsumen akan dengan mudah melakukan keputusan pembelian
3. Hipotesis ketiga yang menyatakan “Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk pasta gigi *pepsodent* di Surabaya”. Hal ini terbukti benar, bahwa dengan menetapkan harga yang murah pada suatu produk akan meningkatkan keinginan konsumen untuk menggunakan produk serta konsumen akan dengan mudah melakukan keputusan pembelian.
4. Hipotesis keempat yang menyatakan “Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk pasta gigi *pepsodent* di Surabaya”. Hal ini terbukti benar,

bahwa dengan menetapkan promosi yang baik dan menarik akan membuat konsumen merasa tertarik dan dengan mudah melakukan keputusan pembelian.

5.2 Keterbatasan Peneliti

Keterbatasan dalam penelitian ini:

1. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini masih kurang untuk melihat pengaruhnya pada variabel dependen.
2. Refrensi yang digunakan masih kurang.

5.3 Saran

5.3.1 Saran Bagi Akademisi

1. Pada penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lainnya, karena masih terdapat banyak faktor yang dapat menarik kosumen untuk melakukan keputusan pembelian.
2. Pada penelitian selanjutnya juga, hendaknya peneliti dapat menambah pertanyaan pada lembar kuesioner.

5.3.2 Saran Bagi Praktisi

1. Untuk diferensiasi produk, perusahaan harus memproduksi berbagai macam produk sehingga, produk yang di tawarkan pada konsumen dapat bervariasi, karena konsumen kadang cenderung bosan pada satu produk saja.
2. Untuk merek, perusahaan harus memperhatikan nama merek yang diberikan pada produk, karena konsumen akan memperhatikan merek sebelum melakukan pembelian
3. Untuk harga, perusahaan harus bisa menetapkan harga yang sesuai dengan produk yang dijual, karena konsumen juga memperhatikan harga sebelum melakukan pembelian.
4. Untuk promosi, perusahaan dapat melakukan iklan yang ditayangkan di televisi dengan menggunakan gaya bahasa yang jelas agar mudah dimengerti, serta membuat promosi semenarik mungkin, sehingga konsumen merasa penasaran dan tertarik untuk melakukan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Bobby Yudhiarina, 2009. Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk, Merk dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perusahaan Rokok PT. HM. Sampoerna. *Jurnal Ichsan Gorontalo*. Volume. 4. No 2. Siliwangi
- Chaula Anwar. 2007. Analisis Strategi Membangun Loyalitas Konsumen Melalui Diferensiasi Produk. Vol 8, Nomor 2, Desember 2007. Yogyakarta
- Dheany Arumsari. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, dan Tony Sitinjak. 2001. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Fajrianthi Zatul Farrah. 2005. Strategi Perluasan Merek dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Insan*. Vol. 7, 3:276-288. Surabaya
- Fifyanita Ghanimata, Mustafa Kamal. 2012. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang). Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. *Diponegoro Journal Of Management*. Vol 1, Nomor 2, Tahun 2012.
- Frendy Prasetya. 2011. Analisis Pengaruh Diferensiasi, Promosi, Dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Sepeda Motor Merek Honda Di Semarang). Semarang : Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Gent Graha. 2011. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kecap Manis Merk ABC (Studi Kasus Pada Ibu Rumah Tangga Di Daerah Tembalang). Semarang : Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management "Product Differentiation"*. New Jersey: Prentice Hall International, Inc. Kotler philip. 2000. Jakarta : Bumi Aksara
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1 dan 2*. Alih Bahasa: Bob Sabran, M. M. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 1997. *Marketing Management "Analysis, Planning, Implementation and Control"* (9th ed.). New Jersey: Prentice Hall International, Inc. Erlangga, Jakarta
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia Analisis Perencanaan, Implementasi, Dan Pengendalian*. Alih Bahasa A. B Susanto, Penerbit Salemba.
- Kotler Philip. 2005, *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Keller, Kevin Lane, (2003), *Strategic Brand Management : Building, Measuring, And Managing Brand Equity*, Second Edition, Pearson Prentice Hal. New Jersey.
- Moh Birrul Walid. 2009. Pengaruh Kebijakan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Branch Office (BO) Bumilindo Prakarsa Probolinggo. Malang : Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Puji Kurniawati. Pengaruh Harga dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus pada Konsumen di Kelurahan Tegalsari Semarang).
- Rosvita Dua Lembang. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi S1 Reguler II Universitas Diponegoro). Semarang : Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Sina, Siprianus S. 2012. *Modul Pembelajaran*. Surabaya : Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, 2011.

- Surhayadi dan Purwanto S.K. 2004. Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern. Buku 1. Salemba Empat. Jakarta.
- Widy Adiyanto.2009. Analisis Strategi Promosi Kredit Pemilikan Rumah Bank X Cabang Bogor.Bogor : Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.
- Yan Januar Akbar.2010.Analisis Pengaruh Motivasi Kosumen, Persepsi Kualitas, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda.Semarang : Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.