

**BAB V**

**PENUTUP**

**A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat diperoleh simpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Parikaton Malang.
2. Kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Parikaton Malang.
3. Harga berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Parikaton Malang.

**B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian maka saran yang dapat disampaikan yaitu antara lain:

1. Diharapkan Rumah Makan Parikaton selalu memperhatikan komposisi bahan yang dibuat khususnya bumbu rempah yang khas sehingga menghasilkan makanan yang lezat. Upaya tersebut dilakukan agar konsumen benar-benar mendapatkan kualitas produk yang diharapkan.
2. Diharapkan harga produk yang ditetapkan pada Rumah Makan Parikaton sesuai dengan kualitas yang ditawarkan, sehingga konsumen benar-benar mendapatkan kepuasan atas produk yang ditawarkan dan konsumen

merasakan adanya kesesuaian atas kualitas dengan sejumlah harga yang harus dibayarkan.

3. Bagi peneliti lain yang berminat untuk melanjutkan penelitian ini diharapkan untuk menggunakan variabel lain yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian yaitu promosi, lokasi, dan lain-lain, menambah jumlah sampel penelitian dan menggunakan analisis yang berbeda sehingga hasil penelitian ini lebih berkembang.



**DAFTAR PUSTAKA**

- Agung, A. A. G. 2012. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Singaraja: Undiksha
- Akbar, S. 2015. *Instrumen Perangkat Pembelajaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Al Fajri, Parlyna dan Fidhyallah, 2021, Keputusan Pembelian Produk Sepatu Lokal: Peran dari Harga dan Kualitas Produk, *Jurnal Bisnis Manajemen dan Keuangan Vol.2.No.1*
- Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Andriani, W., & Sari, P. R. K. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Dalam Kemasan Merek Dharma. *Jurnal Manajemen dan Bisnis, 2(1)*.
- Arianto, Asmalah, Rahmat, 2022, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Studi pada Pengguna Mas Cleaner, *Jurnal Pemasaran Kompetitif Vol.3 No.4*
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assael, H. 2019. *Consumer Behavior: A Strategic Approach*, 6thed. Boston, MA: Houghton Mifflin Company
- Assauri, S. 2018. *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Azwar, Saifuddin, 2014. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Basu Swastha dan Hani Handoko, 2014, Manajemen Perusahaan Analisa Perilaku Konsumen, Yogyakarta : Liberty Edisi Pertama.Cindy Magdalena Gunarsih, 2021, Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang, *Productivity, Vol. 2 No. 1, 2021*
- Cindy Magdalena Gunarsih, 2021, Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang, *Productivity, Vol. 2 No. 1, 2021*
- Diaz dan Cataluña, 2019, *Antecedents Of The Importance Of Price In Purchase Decisions*

- Erna S. Imaningsih, 2018, Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Citra Negara Asal Terhadap Minat Pembelian Body Butter The Body Shop, *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, Vol.4.No.3*
- Esti Yuandari dan R. Topan Aditya Rahman. 2013. *Metodologi Penelitian dan Statistik*. Bogor: In Media.
- Faith (2018), *A Review of The Effect of Pricing Strategies on The Purchase of Consumer Goods*
- Garvin, David A. 2016. Alih Bahasa Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Gulliando (2019), The Effect of Product Quality, Price and Promotion on the Purchase Decision of Telkomsel, *International Journal of Innovative Science and Research Technology, Volume 4, Issue 9, September – 2019*
- Idiantoro, Nur. Supomo, Bambang. 2016. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Bisnis*. Yogyakarta : BPFE
- Kotler dan Keller. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G 2018. *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London: Pearson Education.
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan*. Jakarta: Rajawali
- Kotler, Philip. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks.
- Mahmudi dan Sitohang, 2021, Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Dan Bola Merek Specs di Toko Keranjang Bola Sidoarjo, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol.6.No.10*
- Mullins, John W dan Walker Jr, Orville C. 2013. *Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach*, 8th Edition, McGraw-Hill International Edition.
- Prayogo, Pramana, 2019, Explorasi Hubungan Kualitas Produk, Endorser dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Specs, *Jurnal Bisnis Indonesia, 2020*

Purwadi, Nurantoro and Lina, Noersanti, 2020, *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario 150 CC(Studi pada Konsumen PT. Honda Motor Cabang Pegambiran)*. S1 Manajemen. pp. 1-19.

Ridgway dan Kukar-Kinney, 2018, *The Role of Price in the Behavior and Purchase Decisions of Compulsive Buyers*

Riduansah, 2020, Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop (Studi Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia Samarinda), *Jurnal Riset Inossa / Volume 2 Nomor 2 Tahun 2020*

Santoso, Singgih. 2016. *Panduan Lengkap SPSS Versi 23*. Jakarta: Elekmedia Computindo.

Sari dan Prihartono, 2021, Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pelanggan sprei RISE), *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(3), 1171-1184.

Sekaran, Uma dan Bougie, Roger. 2016. *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*, 7th Edition. New Jersey: Wiley

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta

Tjiptono, Fandy. 2018. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media.

Zhang, Jianqiang, 2019, Contract and product quality in Purchase Decisions, *European Journal of Operational Research*