

BAB V

P E N U T U P

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Atribut Produk dari Merek berpengaruh signifikan atau nyata secara parsial terhadap keputusan untuk membeli roti ARIES Malang.
2. Atribut Produk dari Kemasan berpengaruh signifikan atau nyata secara parsial terhadap keputusan untuk membeli roti ARIES Malang.
3. Atribut Produk dari Label berpengaruh signifikan atau nyata secara parsial terhadap keputusan untuk membeli roti ARIES Malang.
4. Atribut Produk dari Layanan Pelengkap berpengaruh signifikan atau nyata secara parsial terhadap keputusan untuk membeli roti ARIES Malang.
5. Atribut Produk dari Jaminan berpengaruh signifikan atau nyata secara parsial terhadap keputusan untuk membeli roti ARIES Malang.
6. Atribut Produk yang meliputi Merek, Kemasan, Label, Layanan Pelengkap, dan Jaminan berpengaruh signifikan atau nyata secara simultan terhadap keputusan untuk membeli roti ARIES Malang.
7. Dari beberapa variabel dalam Atribut Produk yang paling berpengaruh dominan adalah variabel Kemasan dan Layanan Pelengkap.

B. Saran-saran

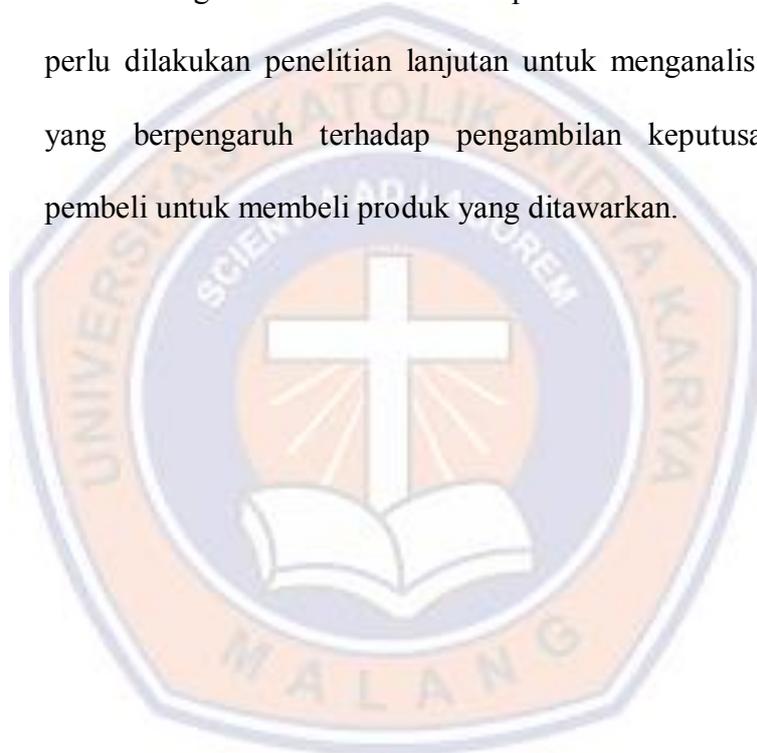
Beberapa saran yang dapat diberikan penulis berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, yang dapat bermanfaat bagi perusahaan roti ARIES Malang maupun peneliti lain yang akan mengadakan penelitian dengan topik yang sama, antara lain adalah:

1. Bagi Praktisi

- a. Dalam menjalankan kegiatan pemasarannya lebih memperhatikan faktor – faktor lain selain Atribut Produk agar strategi pemasarannya lebih efektif. Karena hal ini sangat penting dalam mempengaruhi calon pembeli.
- b. Hendaknya perusahaan melakukan evaluasi kembali strategi pemasaran yang digunakan dengan penyebaran produknya baik tidak hanya melalui Atribut Produk saja, pengawasan terhadap distribusi produk juga sangat penting agar lebih efektif dan efisien dan lebih baik untuk masa depan. Oleh karenan itu berdasarkan kesimpulan menunjukkan bahwa atribut produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk membeli produk perusahaan roti ARIES Malang.
- c. Perlu memperhatikan aspek dalam Atribut Produk itu sendiri agar produk yang ditawarkan diarahkan sebagai upaya peningkatan jumlah pembeli. Perlu diperhatikan terhadap aspek tulisan dan gambar yang akan ditampilkan pada atribut produk tersebut agar lebih menarik sehingga menimbulkan minat bagi calon pembeli.

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

- d. Sebagai petugas *Personal Selling* hendaknya memiliki kemampuan dalam melobi calon pembeli agar calon pembeli mendapatkan kesan akan memperoleh pelayanan yang baik.
2. Bagi Akademik
 - a. Dapat digunakan sebagai referensi kepustakaan untuk penelitian yang sejenis dengan topik sama yang akan dilakukan oleh pihak lain
 - b. Selain menganalisis faktor atribut produk dalam strategi pemasaran perlu dilakukan penelitian lanjutan untuk menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan bagi calon pembeli untuk membeli produk yang ditawarkan.



DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi kedua. Bandung: Alfabeta.
- Amirullah, 2013. *Metodologi Penelitian Manajemen*. Malang : Bayumedia Publishing.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian*. Edisi Revisi VI. PT. Rineka Cipta. Jakarta
- Gujarati, Damodae (Trans) SumarmoZain. 2005. *Ekonometrika Dasar Cetakan Keempat*. Jakarta :Erlangga
- Hadi, Sutrisna. 2000. *Analisa Regresi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Handayani, W. 2011. *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Galaxy Series*. Skripsi :Universitas Gunadarma. Jakarta.
- Hasan, Iqbal. 2002. *MetodologiPenelitiandanAplikasinya*.Ghalia Indonesia.
- Kotler, Philip. 2002a. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium Jilid 1. Diterjemahkan oleh Hendra Teguh& Roni Antonius.Jakarta: Precheleindo.
- Kotler dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip- PrinsipManajemen*. Edisi 12 jilid 1.Erlangga
- Kuncoro, Mudrajad. 2009.*MetodeRisetuntukBisnisdanEkonomi*.Erlangga.Jakarta.
- Marissa Andriani Sutikno, 2013, *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Batavia Resto*,Skripsi:Manajemen, Malang; Universitas Widya Karya.
- Oentoro, Deliyanti. 2010. *ManajemenPemasaran Modern*. LaksBang Press-Indo. Yogyakarta
- Santoso, S. 2000. *SPSS: Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Elex Media Kompotindo

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

Simamora, Bilson. 2004. *Panduan Riset Perilaku konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. 2001. *Metode Penelitian Bisnis*. PT. Alfabeta: Bandung

Sujianto, 2010. *SPSS Untuk Pemula Aplikasi Statistik*. Jakarta : Prestasi Pustaka Publisher.

Tjiptono. Fandy 1997. *Strategi Pemasaran*. Edisi ke dua. Yogyakarta : Andi Offset.

Virgilio A. Da Costa,2011, *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Loyalitas Konsumen pada Pizza Hut Malang*, Skripsi : Manajemen, Malang : Universitas Katolik Widya Karya.

