

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dari pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variasi Produk (X1) dan Harga (X2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian di DW Coffee Malang (Y).
2. Variasi Produk (X1) dan Harga (X2) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian di DW Coffee Malang (Y).
3. Variasi Produk (X1) berpengaruh dominan terhadap pembelian di DW Coffee Malang (Y).

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang ada dapat dijadikan saran bagi DW Coffee Malang sebagai berikut:

1. Variasi produk memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian, akan tetapi terdapat item pernyataan DW Coffee Malang selalu menjaga ketersediaan produk sesuai dengan daftar menu yang ditawarkan mendapat penilaian terendah, di harapkan pihak DW Coffee Malang lebih meningkatkan lagi ketersediaan bahan baku, dengan cara menyiapkan persediaan bahan baku yang akan di jual sebelum jam operasional ditutup, sehingga persediaan berikutnya dapat memenuhi keinginan konsumen,

karena dengan kurangnya persediaan produk dapat berdampak terhadap keputusan pembelian.

2. Pada variabel keputusan pembelian terdapat item pernyataan saya merekomendasi saudara atau teman untuk melakukan pembelian di DW Coffee Malang yang mendapat penilaian rata-rata terendah, kebanyakan konsumen tidak merekomendasi saudara atau teman untuk melakukan pembelian di DW Coffee ialah kurangnya inovasi dari variasi produk yang di tawarkan, seperti memberikan potongan harga kepada konsumen yang menfollow akun media sosial DW Coffee Malang, sebelum melakukan pembelian.
3. Penelitian selanjutnya disarankan agar menambah variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, untuk di jadikan bahan penelitian di DW Coffee Malang. Contohnya adalah variabel *place* (tempat) dan *promotion* (promosi).

DAFTAR PUSTAKA

- Aldino Yusar Umamsyah (2020) **Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian**, *eProceedings of Management*, Vol.7 No.5
- Alma, Buchari. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Amrullah, Pamasang S, Siburian, Saida Zainurossalamia ZA. (2017). **Pengaruh kualitas produk Dan Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda**. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen vol 13,(2)*. Universitas Muwarman.
- Anam Bhatti (2018) *Sales Promotion and Price. Discount Effect on Consumer Purchase with the Moderating Role of Social Media in Pakistan*, *Science Arena Publications International journal of Business Management* ISSN: 2520-5943.
- Anna Kridaningsih (2020) **Pengaruh harga dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Amino dari Ultimate Nutrision di Kota Mojokerto**, *Jurnal Bisnis, Manajemen, Akuntansi* Vol.1 No.2.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2018). *Principles of Marketing*. 17th red. New York
- Assauri, S. (2016). *Manajemen Operasi Produksi*. PT .Raja Grafindo Persada : Jakarta
- Astri Ayu Purwati (2019), **Analisis Pengaruh Iklan, Harga dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian di Toko Rumah Mebel Pekanbaru**, *Jurnal Ekonomi Kiat*, Vol 30. No.1
- Cindy Magdalena Gunarsih (2021) **Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang**, *Productivity*, Vol.2 No.1

- Deebhijarn, S. (2016). **The Marketing Mix Strategy Model to Influencing the Decision to Purchase Ready-to-Drink (RTD) Green Teas Among University Students in Bangkok Metropolitan Region, Thailand.** *International Journal of Sciences: Basic and Applied Research (IJSBAR)*, 29(1), 90–103.
- Diego Gulliando, 2019, **The Effect of Product Quality, Price and Promotion On The Purchase Decision of Telkomsel Service Products,** *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, Volume 4, Issue 9, September – 2019
- Dwi Warni Wahyuningsih (2019) **Pengaruh Variasi Produk, Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Motor Yamaha N-Max Di Wonogiri,** *Edunomika t Vol. 03, No. 02* (Agustus 2019)
- Faradisa, 2016, **Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Indonesian Coffeeshop Semarang (Icos Café),** *Psychology Journal of Management.*
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25.* Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Gitosudarmo, Indrio, (2019). *Manajemen Keuangan Edisi 4.* Yogyakarta: BPF.
- Isfiandi, Isfiandi; Amin, Amirudin M. (2019) **Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Keramik Mulia Tile Pada PT. Surya Asia Abadi di Pekanbaru.** *Kurs: Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis*, Vol. 4, No.. 1, p. 114-129, june 2019. ISSN 2527-8215.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2017). *Principles of Marketing 17th Edition.* New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, Phillip.(2019). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 &2.*Jakarta: PT. Indeks.
- M.Choirul Azam (2020) **Pengaruh Kualitas Produk, Price discount Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Oppo Di Terminal Phone Plaza Marina Surabaya,** *Journal of Sustainability Business Research*, Vol.1 No.1

Maichael (2018), **Pengaruh Variasi Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dapur Pandhawa, PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis** Volume 2, Nomor 6, Februari 2018

Novi agustina dan Ita Purnama (2021) **Pengaruh Harga dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Masker Pada Pandemi Covid-19 Di Kota Bima, Journal Scientific of Mandalika (JSM)**, Volume 2-Number 9-September2021-ISSN: 2745-5955.

Roisah, Riris dan Dwizna Riana. (2016) **Telah Hubungan Citra Merek, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian Konsumen**". *Ecodemica*, Vol. IV No.1 April 2016.

Sangadji, E.M., dan Sopiah. (2013). **Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis** Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tjiptono, Fandy (2016). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*, Andi Offset, Yogyakarta.

Ghozali, Imam.2013. *Aplikasi analisis multivariet dengan program SPSS*. Edisi ketujuh. Semarang: badan penerbit Universitas DiPonegoro.