

**BAB V**

**PENUTUP**

**A. Kesimpulan**

Berdasarkan pada hasil penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Unsur atribut produk yang terdiri dari merek, kemasan, pemberian label, layanan pelengkap dan jaminan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian di CV. Tiga Bintang Food Malang secara simultan dengan signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari *level of significance* ( $\alpha=0.05$ ) dan persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$\hat{Y} = -0.904 + 0.024 X_1 + 0.341 X_2 + 0.308 X_3 + 0.288 X_4 + 0.092 X_5$$

Dengan besarnya pengaruh unsur atribut produk sebesar 79,8%. Sedangkan 20,2% adalah faktor eksternal lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Sedangkan secara parsial tidak semua unsur atribut produk yang terdiri dari Merek (X1), Kemasan (X2), Pemberian label, layanan pelengkap (X4) dan jaminan (X5) berpengaruh secara signifikan

kemasan (X2) dan pemberian label (X3) adalah unsur atribut produk yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian karena *p value* sebesar 0.008 (X2) dan *p value* sebesar 0.036 (X3) lebih kecil dari *level of significance* ( $\alpha=0.05$ ). Sedangkan merek (X1), layanan pelengkap (X4), jaminan (X5) tidak berpengaruh secara

signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen *p value* sebesar (0,858), (0,081), dan (0,647) lebih besar dari *level of significance* ( $\alpha=0.05$ ).

2. Unsur atribut produk yang berpengaruh dominan adalah unsur kemasan (X2), baik secara simultan ataupun secara parsial, hal tersebut ditunjukkan nilai *standardized* koefisien terbesar dibandingkan unsur atribut produk lainya yaitu 0.008.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dalam penelitian ini, dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. merek adalah unsur atribut produk yang memiliki *p value* paling kecil bila dibandingkan dengan unsur atribut produk lainya yaitu sebesar 0,858 maka disarankan kepada manajemen untuk memperbaiki merek seperti pemberian warna pada merek agar merek berpengaruh lebih signifikan terhadap keputusan pembelian di CV. Tiga Bintang Food Malang,
2. Faktor layanan pelengkap juga perlu terus dikembangkan terutama pada bagian kebersihan toilet, kecepatan *WIFI* karena saat melakukan pembayaran non tunai sering terkendala jaringan.
3. Bagi peneliti yang akan datang diharapkan dapat menambah variabel independen lain diluar penelitian ini yang memengaruhi keputusan pembelian, misalnya seperti faktor emosi, biaya, dan kualitas produk atau jasa.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Da Costa. 2011. *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pizza Hut Malang*. Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang Skripsi tidak diterbitkan.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Moh, Suyfan. 2013. *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Handphone Merek Samsung pada mahasiswa UIN Maliki Malang*. Skripsi tidak diterbitkan.
- Handayani, Widya. 2011. *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Galaxy Series*. Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Gunadarma. Skripsi tidak diterbitkan.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2011. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi 12*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin. 2010. *Manajemen Pemasaran Jilid 2 Edisi 13*. Jakarta: Erlangga
- Ma'aruf, Hendri. 2010. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Nurbiyati, Titik dan Mahfoedz, Mahmud. 2012. *Manajemen Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta: Kayon
- Sanusi. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Sarjono, Haryadi dan Julianita, Winda. 2013. *SPSS vs LISRAEL*. Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung
- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Univeritas Brawijaya
- Suliyanto. 2009. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi
- Schiffman, Leon G. dan Leslie Lazar Kanuk. 2010. *Consumer Behavior Tenth Edition*. Pearson Education.
- Sutikno, Marissa Andriani. 2013. *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Batavia Resto Malang*. Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang. Skripsi tidak diterbitkan.

Responden	Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan	X1.1	X1.2	X1.3
1	1	3	4	5	4	5
2	2	2	4	2	2	1
3	1	4	4	3	4	3
4	2	3	4	2	2	2
5	2	3	4	5	5	4
6	2	3	5	3	3	4
7	1	4	5	4	3	4
8	1	3	5	5	4	5
9	1	2	2	4	3	4
10	1	4	4	2	2	3
11	1	5	5	3	2	3
12	1	5	5	4	5	5
13	2	5	3	5	5	4
14	2	3	3	4	4	5
15	2	2	5	4	4	5
16	2	5	3	3	4	3
17	2	4	5	1	1	2
18	2	3	5	5	5	4
19	1	3	5	4	3	4
20	1	1	5	4	4	3
21	1	3	1	1	1	2
22	1	1	1	5	4	5
23	1	1	1	4	4	4
24	2	3	3	5	4	4
25	2	3	1	3	3	2
26	2	2	1	2	3	3
27	2	2	1	5	4	4
28	1	1	1	1	1	2
29	1	3	4	5	4	4
30	1	4	2	4	4	5
31	2	4	2	5	4	5
32	2	4	5	2	3	3
33	1	4	4	4	4	5
34	1	3	2	4	5	4
35	1	2	5	4	4	5
36	2	3	4	3	3	3
37	1	3	3	5	5	5
38	2	2	3	5	5	4
39	2	3	5	4	4	5
40	1	2	3	3	4	4
41	1	4	5	4	3	4
42	1	2	3	1	1	2
43	1	5	3	5	4	4

# PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

44	2	4	5	2	2	2		
45	1	5	5	2	2	3		
46	1	5	3	5	4	4		
47	2	3	5	5	4	5		
48	1	2	2	1	1	1		
49	1	1	1	4	3	5		
50	1	4	2	4	5	4		
51	2	4	2	3	2	3		
52	2	4	2	2	2	3		
53	1	2	1	4	3	3		
54	2	3	2	4	4	4		
55	1	3	3	5	5	4		
56	1	2	2	2	2	3		
57	1	2	4	4	4	5		
58	1	2	1	4	4	4		
59	2	3	3	1	2	2		
60	2	2	1	2	2	3		
X2.1	X2.2	X2.3	X3.1	X3.2	X3.3	X4.1	X4.2	X4.3
4	4	4	4	5	4	4	5	5
2	2	3	2	2	2	2	3	2
3	4	4	4	3	4	3	3	3
1	2	2	1	2	2	2	1	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	1	1	2	2	3	2	2	3
5	5	5	4	3	4	3	3	4
4	3	3	3	3	4	4	5	4
4	4	2	4	4	3	4	3	4
4	5	3	3	5	4	5	4	4
3	3	2	3	2	3	3	2	3
5	5	5	4	4	4	4	3	4
4	3	3	3	5	5	5	5	5
3	4	3	3	3	4	3	3	4
4	3	3	3	4	4	4	3	4
4	5	4	4	4	4	3	3	4
2	1	2	2	2	3	3	2	3
4	5	5	4	5	5	5	3	4
3	4	4	4	2	3	2	4	4
4	4	3	3	3	4	3	4	4
1	2	1	2	2	2	3	2	2
4	4	3	4	4	5	5	4	5
4	3	4	4	4	4	4	4	3
5	5	4	3	3	4	3	3	4
3	2	2	3	3	3	1	2	1
1	2	2	1	1	2	3	2	2

4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	3	3	4	3	3	2
4	3	3	4	4	5	3	4	4
4	4	4	4	5	4	4	4	4
5	4	3	4	5	5	4	4	2
2	4	3	4	3	4	1	2	1
4	4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	5	3	3	4
4	3	4	3	4	5	3	3	4
3	2	3	2	2	3	2	3	3
5	5	5	4	4	4	5	5	5
4	4	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5	5
4	4	4	3	4	5	4	4	4
5	5	5	4	3	4	3	3	4
1	1	2	2	1	2	1	1	1
4	4	4	4	4	3	4	4	5
1	2	1	1	1	2	2	1	2
2	2	2	1	1	1	1	1	2
4	5	4	5	5	4	4	5	5
4	4	4	5	4	5	5	5	5
2	1	2	1	2	2	3	2	3
4	3	4	4	4	3	4	4	4
5	5	4	5	5	4	5	5	5
2	3	2	1	1	2	2	2	2
1	2	2	1	1	2	2	2	2
5	5	1	4	3	4	3	3	4
3	4	4	3	4	3	4	4	3
4	5	5	4	4	4	4	5	5
2	2	2	1	1	2	2	1	1
5	5	3	4	5	5	5	4	5
2	2	2	4	4	4	3	4	4
1	1	1	1	2	2	2	3	3
2	2	2	1	1	2	2	1	2
X5.1	X5.2	X5.3	Y1.1	Y1.2	Y1.3			
5	5	4	5	4	5			
2	3	2	2	3	2			
3	4	4	3	3	4			
2	3	4	1	2	1			
5	5	5	5	5	5			
3	2	2	1	2	1			
3	3	3	3	4	3			
5	4	4	4	3	4			
4	4	5	4	4	5			

4	4	4	4	4	4
3	2	3	2	2	3
4	4	4	5	4	5
5	5	5	4	3	5
4	3	4	4	3	4
4	4	4	5	4	4
4	4	4	3	3	4
2	3	3	1	1	1
4	4	4	3	4	5
4	4	5	4	3	4
4	3	3	4	3	4
2	3	2	1	2	1
5	5	5	4	4	5
3	4	5	4	3	4
5	4	5	4	5	4
3	3	2	2	2	1
2	3	4	1	2	1
4	4	4	4	4	4
2	3	3	4	3	3
4	3	4	4	4	4
4	4	3	5	4	5
5	4	4	2	2	1
3	2	2	4	3	4
5	4	4	3	3	4
4	4	4	4	3	4
4	4	4	3	4	3
3	3	2	2	2	3
5	5	5	4	5	5
4	5	5	5	3	4
5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	3	4
3	3	3	4	3	3
1	1	2	1	2	2
5	4	4	4	5	5
3	3	3	1	2	1
3	2	2	2	1	1
5	5	5	5	4	4
5	4	5	4	5	5
3	3	3	2	1	2
4	4	4	4	4	3
5	5	4	5	5	4
2	2	2	1	1	1
3	2	2	2	2	1
3	3	4	3	4	4

3	4	4	4	4	4
5	4	4	5	5	4
2	2	2	2	1	2
4	5	5	4	4	5
4	4	4	4	3	3
3	2	2	1	2	2
2	3	3	2	2	1

