

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan Penelitian Mengenai Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Yang Mempengaruhi Keputusan Jumlah Pembelian Tahu Di Pabrik Tahu KLB maka kesimpulan yang diambil adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis regresi uji t diketahui Hasil analisis yang dilakukan menunjukkan ada tiga variabel independen yang berpengaruh secara nyata terhadap jumlah pembelian Tahu pada tingkat kepercayaan 95 persen yaitu: motivasi pembelian, kelompok acuan, dan pendapatan konsumen. Sedangkan variabel tempat pembelian tidak berpengaruh secara nyata terhadap keputusan konsumen dalam pembelian Tahu.
2. Faktor dominan yang mempengaruhi Jumlah pembelian Tahu adalah motivasi pembelian. Nilai koefisien beta dari motivasi pembelian lebih besar dari nilai kelompok acuan, pendapatan konsumen, dan tempat pembelian.

5.2 Saran

1. Bagi peneliti dan Akademisi dapat meneliti lebih lanjut mengenai faktor tempat pembelian, dan menambahkan faktor membeli tahu karena sudah menjadi langganan pada variabel tempat pembelian

2. Bagi peneliti dan akademisi dapat meneliti lebih lanjut mengenai faktor kelompok acuan, dan menambahkan faktor membeli tahu karena adanya dorongan dari diri sendiri pada variabel kelompok acuan



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2013. *Manajemen Pemasaran*. cet. II. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta. Bandung
- Cahyadi, W. 2007. *Kedelai Khasiat Dan Teknologi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Kotler, dan Keler. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta : Erlangga.
- Manurung, Dedy Iskandar. 2012. Proses Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Serta Alternatif Bauran Pemasaran Terhadap Tahu Djadi Sari di Kota Bogor Jawa Barat. *Skripsi*. Diterbitkan. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Marbun, I.I. 2014. Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Kopi Luwak Bermerek Di Kota Medan. Universitas Sumatra Utara. Medan.
- Mulyadi, Nitisusastro. 2013. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Alfabeta: Bandung.
- Muta 'Awifa, Joni Murti Mulyo Aji, Agus Supriono. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Tahu di Kabupaten Jember. *Jurnal Pamator. Jurnal Ilmiah Universitas Turnojoyo*. 9 (1): 30-40.
- Nitisusastro, Mulyadi., 2012. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung : Alfabeta,
- Nugroho J. Setiadi. 2013. *Perilaku Konsumen* (edisi revisi). Jakarta : Kencana Perdana Media Grup Pemasaran. Bogor : Ghalia Indonesia

Pharestyna F.T. dkk. 2013. Sikap Konsumen Terhadap Produk Tahu Kuning di Kota Kediri (Studi Kasus Tahu Kuning Merek LTT). *E-Jurnal Agrista*. 1 (1): 1-11.

Sangadji Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Prilaku konsumen*. Yogyakarta

Santoso.B. 2008. *Fisiologi dan Biokimia Pada Komoditi Panenan Hortikultura*.Yogyakarta:Kanisius

Sarwono, B. dan Y. P. Saragih. 2004. *Membuat Aneka Tahu* cet. III. Penebar Swadaya. Jakarta.

Setiadi,M.J. 2013. *Perilaku Konsumen*. Kencana Prenada Media Grup. Jakarta.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Suharno dan Sutarso, (2010). *Marketing In Practice*.Cetakan Pertama. Yogyakarta : Yogyakarta Graha Ilmu.

Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia

Widaningrum, Ida. 2015. Teknologi Pembuatan Tahu yang Ramah Lingkungan (Bebas Limbah). *Jurnal Dedikasi*. ISSN 1693-3214. Volume 12: 15-16.