

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian Medivac AI di Sumber Kelapa Rissa Mandiri *Poultry Shop*. Berdasarkan uraian yang telah disajikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian vaksin Medivac AI di Sumber Kelapa Rissa Mandiri *Poultry Shop* .
2. Kualitas Produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian vaksin Medivac AI di Sumber Kelapa Rissa Mandiri *Poultry Shop*.
3. Promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian vaksin Medivac AI di Sumber Kelapa Rissa Mandiri *Poultry Shop*.
4. Perubahan keputusan pembelian Medivac AI di Sumber Kelapa Rissa Mandiri *Poultry Shop* dipengaruhi oleh perubahan harga, kualitas produk, dan promosi sebesar 72,2%.

#### **B. Implikasi Manajerial**

Berdasarkan kesimpulan yang diuraikan sebelumnya, maka implikasi manajerial yang dapat diterapkan PT Medion Ardhika Bhakti untuk meningkatkan keputusan pembelian Medivac AI adalah:

1. Keputusan pembelian Medivac AI akan meningkat apabila kualitas produk serta harga Medivac AI sesuai dengan keinginan dan kebutuhan

konsumen di Sumber Kelapa Rissa Mandiri *Poultry Shop*. Hasil penelitian menjelaskan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian.

2. Kegiatan promosi dapat meningkatkan keputusan pembelian Medivac AI di Sumber Kelapa Rissa Mandiri *Poultry Shop*, maka kegiatan promosi perlu dilakukan untuk memperkenalkan produk Medivac AI pada konsumen sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian. Hasil penelitian menjelaskan bahwa promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian.

### **C. Keterbatasan**

Peneliti menyadari bahwa dalam melakukan penelitian dan penyusunan skripsi ini banyak menemui hambatan serta masih terdapat kekurangan dalam penyelesaiannya. Beberapa keterbatasan yang diidentifikasi dalam penelitian ini antara lain:

1. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini hanyalah sebatas variabel harga, kualitas produk dan promosi, sedangkan masih banyak variabel lain antara lain kualitas pelayanan, diferensiasi produk dimana dalam artikel Purbarani (2013) memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Ruang lingkup penelitian yang terbatas yaitu hanya pada konsumen Sumber Kelapa Rissa Mandiri *Poultry Shop*

#### **D. Saran**

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian dan kesimpulan di atas maka dapat diberikan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya yaitu antara lain:

##### **1. Bagi Instansi Perusahaan**

Untuk meningkat keputusan pembelian, yang harus diperhatikan adalah meningkatkan kualitas produk karena kualitas produk sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian, meningkatkan keterjangkauan harga, serta melakukan kegiatan promosi untuk memperkenalkan produk pada peternak yang salah satunya adalah dengan membuat program wajib vaksinasi AI pada unggas.

##### **2. Bagi peneliti selanjutnya.**

- a. Pada penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel untuk menjelaskan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian, peneliti selanjutnya dapat menambah variabel bebas lainnya untuk melihat pengaruhnya terhadap keputusan pembelian, seperti variabel kualitas pelayanan, diferensiasi produk sehingga dapat ditemukan besarnya pengaruh variabel-variabel tersebut terhadap keputusan pembelian dan dapat dijadikan pertimbangan bagi perusahaan untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap vaksin Medivac AI.
- b. Penelitian yang akan datang diharapkan dapat memperbanyak jumlah sampel yang akan digunakan, sehingga akan mendekati gambaran hasil yang lebih mendekati kondisi yang sebenarnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Basu, Swastha, dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Didin, Johan 2012 Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indosat Ooredoo (Study kasus pada Pengunjung Yuss Cell Semarang). *Jurnal EMBA* . Volume 4, No 3 Tahun 2016. Hal 156-163.
- Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gerung, Jacklin C; Sepang, Jante; dan Loindong, S 2017 Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Nissan X-Trail pada PT. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA* . Volume 5, No 2 Tahun 2017. Hal 2221-2229.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid satu. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong 2011. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Lee, Novi; dan Anjarwati, Anik 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Periklanan Terhadap Pembelian Teh Botol Sosro Kemasan PET 450 ml (Studi pada Pengunjung Mini Market Di Surabaya Selatan). *Jurnal Ilmu Manajemen* Volume 5, No 4, 2017. Hal. 1-11
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat
- Martopo, Aditya 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Jamu Tolak Angin PT. Sido Muncul (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta). *Publikasi Ilmiah Program Studi Manajemen Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*
- Pramono, Sandhy; dan Kridasusila, Andy; 2012 Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Aqua (Study kasus di kelurahan Gajahmungkur Semarang). *Jurnal EMBA* . Volume 5, No 2 Tahun 2017. Hal 239-249.

Purbarani, Vidya H; dan Santoso, Suryono 2013 Pengaruh Harga dan Kualitas Produk dan Diferensiasi Produk, Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Larissa Aesthetic Center Semarang). *Diponegoro Journal Of Management* . Volume 2, No 3 Tahun 2013. Ha 1-9.

*PT.Sumber Kelapa Rissa Mandiri (2019)*. Wawancara dengan Direktur PT. Sumber Kelapa Rissa Mandiri. Mei 2019, pukul 15.20

Rangkuti, Freddy. 2010. *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Setyawan, Heri; Yusleli, Herawaty; dan Santi, Asmarani 2015. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Suplemen Kesehatan K-Omega SQUA (Studi Kasus pada Stokis PT. K-Link Nusantara Cabang Plaju Palembang). *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis* . Volume 13, September 2015. Hal. 70-85

Stanton, William J, 1998, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1 Edisi ke 3, Alih Bahasa oleh Yohanes Lamarto, Jakarta: Erlangga.

Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta

\_\_\_\_\_. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.

\_\_\_\_\_. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andy

Trubus. (2010). *Herbal Indonesia Berkhasiat: Bukti Ilmiah & Cara Racik*, Vol.08, Trubus Swadaya, Bogor. hal. 355-356

Umar, Husein. 2003. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Wahjono, Sentot Imam. 2008. *Manajemen Tata Kelola Organisasi Bisnis*. Jakarta: Macanan Jaya Cemerlang.

[www.magetankab.bps.go.id](http://www.magetankab.bps.go.id), diakses tanggal 28 Mei 2019