

## BAB V

### SIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL, KETERBATASAN

#### PENELITIAN DAN SARAN

##### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini dan tujuan penelitian diawal, maka simpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemakaian jasa *epoxy floor coating* di CV. Berkat Anugerah Mandiri Surabaya. Hal ini dibuktikan dengan hasil studi empiris terhadap responden dan survey yang dilakukan dan diperkuat dengan hasil pengolahan data statistik yang ditunjukkan dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $8,307 > 1,661$ ) dengan signifikansi sebesar 0,000. Serta mendukung pendapat Ulfah, *et al.*,(2011), Susanto (2015) dan Sibarani *et al.*,(2013), menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pemakaian jasa.
2. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemakaian jasa *epoxy floor coating* di CV. Berkat Anugerah Mandiri Surabaya. Hal ini tidak mendukung tujuan penelitian ini dengan hipotesis awal karena harga tidak menjadi fakta penting dan berpengaruh terhadap keputusan pemakaian jasa *epoxy floor coating* dengan ditunjukkan hasil pengolahan data statistik dari nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,630 < 1,661$ ) dengan signifikansi sebesar 0,531.

3. Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemakaian jasa *epoxy floor coating* merek GECKO di CV. Berkat Anugerah Mandiri Surabaya. Hal ini tidak mendukung tujuan penelitian ini dengan hipotesis awal karena promosi tidak menjadi fakta penting dan berpengaruh terhadap keputusan pemakaian jasa *epoxy floor coating* dengan ditunjukkan hasil pengolahan data statistik yang ditunjukkan dari nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,252 < 1,661$ ) dengan signifikansi 0,802.

## **B. Implikasi Manajerial**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka implikasi manajerial yang bisa diterapkan di CV. Berkat Anugerah Mandiri Surabaya adalah sebagai berikut ini:

1. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemakaian jasa *epoxy floor coating* merek GECKO di CV. Berkat Anugerah Mandiri Surabaya. Hal ini tidak berarti harus menurunkan harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan namun lebih mengutamakan kualitas produk yang baik dan kecepatan pengerjaan *epoxy floor coating* sesuai dengan waktu yang telah ditentukan oleh pelanggan.
2. Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemakaian jasa *epoxy floor coating* merek GECKO di CV. Berkat Anugerah Mandiri Surabaya. Hal ini tidak berarti mengabaikan promosi yang telah dilakukan, promosi tetap dilakukan untuk menyaring konsumen yang potensial dan mempertahankan *image* perusahaan kontraktor jasa *epoxy*

*floor coating* yang terpercaya dan profesional dengan mengutamakan kepuasan layanan dan hasil yang terbaik tetap berjalan sesuai kebutuhan perusahaan sehingga promosi tidak menurun dan tetap sama.

3. CV. Berkat Anugerah Mandiri Surabaya dapat lebih meningkatkan kualitas produk melalui dimensi-dimensi kualitas produk yang telah dimiliki agar produk *epoxy floor coating* merek GECKO tetap menjadi pilihan utama dan menjadi kontraktor yang dapat memberikan solusi terbaik untuk pemenuhan kebutuhan *epoxy floor coating* pada perusahaan-perusahaan manufaktur sebagai salah satu standar *International Standardization for Organization (ISO) 9001: 2008* tentang standar kualitas/ mutu.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

1. Variabel independen yang diteliti dalam penelitian ini hanya berjumlah tiga variabel.
2. Pada saat pengisian kuesioner tidak disertai dengan wawancara terhadap responden.
3. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya berjumlah 96 orang yang ditentukan berdasarkan kriteria sampel.

#### **D. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut ini:

1. Dalam penelitian selanjutnya diharapkan menambahkan variabel lain selain variabel kualitas produk, harga, dan promosi seperti: kualitas pelayanan, saluran distribusi, citra merek, citra perusahaan sehingga dapat mengetahui variabel apa saja yang berpengaruh pada keputusan pembelian.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan menambahkan jumlah populasi dan sampel sehingga dapat menjelaskan hubungan antara variabel dengan kondisi yang sebenarnya seperti instansi rumah sakit pada lantai ruang operasi, lantai ruang laboratorium, hanggar pesawat terbang dan lantai gedung olahraga (*tennis*, bulutangkis, basket dan *volley*).

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi V. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Daud, Denny. 2013. Promosi dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pembiayaan Pada PT. BESS Finance Manado. *Jurnal EMBA Vol.1 (No.4): 51-59*. [http://eprints.umk.ac.id/3559/7/Daftar\\_Pustaka.pdf](http://eprints.umk.ac.id/3559/7/Daftar_Pustaka.pdf). Diunduh 4 April 2015.
- Dewiasih, Dewa Ayu, Made Ary Meitriana, dan Anjuman Zukhri. 2014. Pengaruh Bauran Pemasaran Eceran (*Retailing Mix*) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Market Indomaret Dewi Sartika Utara. *Journal of Economic Education Programs Vol.4 (No.1)*. <http://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/3022>. Diunduh pada 13 Juli 2015.
- Djarwanto. 2000. *Statistik Induktif*. Yogyakarta: PBF.
- Foster, Bob. 2008. *Manajemen Ritel*. Cetakan I. Bandung: Penerbit CV Alfabeta.
- Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Cetakan IV. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip dan Susanto, A.P. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2 alih bahasa Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mas'ud, Fuad. 2004. *Survai Diagnosis Organisasional Konsep dan Aplikasi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Mulyono, Tri Hadi dan Supriyono. 2013. Analisis Pengaruh Bauran pemasaran Terhadap Keputusan Petani Dalam Penggunaan Benih Padi Berlabel di Kabupaten Kediri. *Jurnal Manajemen Agribisnis Vol.13 (No.2)*. <http://pascauniska-kediri.ac.id/filesJurnalMhs/7>. *Jurnal Tri Hadi Wulyono.pdf*. Diunduh pada 13 Juli 2015.

- Novandri, Made. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Harpindo Jaya Cabang Ngaliyan. *Skripsi*. Program S1 Manajemen Universitas Diponegoro. Semarang.
- Priyatno, Duwi. 2009. *5 Jam Belajar Olah Data Dengan SPSS 17*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Schiffman, Leon G dan Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT.INDEKS
- Setiadi, J. Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Prenada Media.
- Sugiyono. 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Penerbit CV Alfabeta.
- Supratno, J. 2004. *Analisis Multivariat*. Cetakan Pertama. Jakarta: Penerbit PT Rineka Cipta. Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDY
- Siburian, Tri Maduma Putra, Nawazirul Lubis, dan Hari Susanto. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan, Produk dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Asuransi AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Eksekutif Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.  
<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=74802&val=4721>.  
Diunduh pada 12 April 2015.
- Sibarani, Taruli F, Apriatni E.P dan Reni Shinta Dewi. 2013. Pengaruh Kualitas Produk, Citizen Brand dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian AQUA Galon di Semarang Barat.  
<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=74845&val=4721>.  
Diunduh pada 4 April 2015.
- Susanto, Nanang. 2015. Pengaruh Harga, Produk, Promosi dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Laptop Merk HP di Kota Semarang.  
<http://eprints.dinus.ac.id/5065/>. Diunduh pada 5 April 2015.
- Swastha, Basu. 2002. *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Manajemen Jasa*. Edisi kedua. Yogyakarta: Penerbit ANDY.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDY.

Ulfah, Maria, Asih Tri Rachmi, dan Agung Yuniarinto. 2011. Pengaruh Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Rawat Jalan di Rumah Sakit Bina Sehat Jember. *Jurnal Aplikasi Manajemen* Vol 11 (No.3): 384-391.

**<https://lib.atmajaya.ac.id/default.aspx?tabID=61&src=a&id=274155>**. Diunduh pada 6 Januari 2015.

Umar, Husein. 2000. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

<http://www.balaiiklan.com/detail/jasa-epoxy-lantai-epoxy-flooring-jasa-coating-lantai-kontraktor-17082>. Diunduh pada tanggal 9 April 2015.

**<http://www.epoxy-lantai.com/jasa-aplikator-dan-kontraktor-tukang-epoxy-lantai-floor-coating-dan-floor-hardener.html>**. Diunduh pada tanggal 12 April 2015.

<http://efoxycoating.blogspot.com/>. Diunduh pada tanggal 12 April 2015.

<http://www.geckospecialcoatings.com.au/industrial>. Diunduh pada tanggal 3 Mei 2015.