

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **6.1 Kesimpulan**

1. Berdasarkan hasil pengolahan data terdapat hubungan positif dan signifikan antaran bauran pemasaran (produk, harga, tempat dan promosi) terhadap keputusan pembelian. Namun harga kurang memberikan pengaruh yang besar terhadap keputusan pembelian kecuali promosi, tempat dan produk.
2. Strategi bauran pemasaran terutama harga perlu ditingkatkan lagi agar memberikan kontribusi yang kuat terhadap keputusan pembelian kain tenun di Kabupaten Belu.

#### **6.2 Saran**

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

1. Saran untuk pemerintah daerah Kabupaten Belu adalah menerapkan strategi pemasaran yang tepat sasaran untuk meningkatkan keputusan pembelian kain tenun terutama untuk sistem harga agar perlu ditingkatkan berdasarkan harapan dari konsumen.
2. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah melakukan riset pemasaran yang lebih luas mengenai keputusan pembelian kain tenun di Kabupaten Belu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, P., & Soepangkat, B. O. (2012). Optimasi Keuntungan Dengan Menggunakan Bauran Produk Di PT. XX. In *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Teknologi XVI*.
- Alma, . G. (2011). Perbandingan Metode Regresi Kuat Dalam Regresi Linier. *Int. J. Kontemp. Matematika. Ilmu* , 6 (9), 409-421.
- Anderson, A. S., Craigie, A. M., Caswell, S., Treweek, S., Stead, M., Macleod, M., ... & Steele, R. J. (2014). The Impact Of A Bodyweight And Physical Activity Intervention (Bewel) Initiated Through A National Colorectal Cancer Screening Programme: Randomised Controlled Trial. *Bmj*, 348.
- Cecil, C. B., Dulong, F. T., Cobb, J. C., & Supardi, X. X. (1993). Allogenic And Autogenic Controls On Sedimentation In The Central Sumatra Basin As An Analogue For Pennsylvanian Coal-Bearing Strata In The Appalachian Basin. *Special Papers-Geological Society of America*, 3-3.
- Deda, Y. N., & Disnawati, H. (2017). Hubungan Motif Kain Tenun Masyarakat Suku Dawan–Timor Dengan Matematika Sekolah.
- Hadjali, HR, Salimi, M., Nazari, M., & Ardestani, MS (2012). Menggali Faktor-Faktor Utama Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Impulsif. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Amerika* , 8 (1), 245-251.
- Hamja, Y. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Membeli Sepeda Motor Merek Honda (Studi Kasus Konsumen Sepeda Motor Merek Honda Di Kecamatan Ciputat Timur Kota Tangerang Selatan).
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2012). Branding In B2B Firms. In *Handbook of business-to-business marketing*. Edward Elgar Publishing.

- Komalasari, F. (2012). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Nokia Eseries.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). Pemasaran. *Jakarta: Erlangga*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran.
- Kurniawan, A. D., & Astuti, S. R. T. (2012). Analisis Pengaruh Produk, Promosi, Harga Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Kedai Amarta Semarang). *Diponegoro Journal of Management, 1*(4), 282-289.
- Malhotra, A., Gosain, S., & Sawy, OAE (2005). Konfigurasi Kapasitas Serap Dalam Rantai Pasokan: Bersiap Untuk Penciptaan Pengetahuan Pasar Yang Didukung Mitra. *MIS triwulanan* , 145-187.
- Nugroho, CS, & SUGIONO, S. (2010). *Analisis Pengaruh Pencitraan, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kuliah Di Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro* (Disertasi Doktor, Universitas Diponegoro).
- Purba, J. S., & DIRGANTARA, I. (2012). *Analisis Pengaruh Persepsi Nilai Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Private Label Hypermarket Carrefour Di Kota Semarang* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Pourdehghan, A. (2015). The Impact Of Marketing Mix Elements On Brand Loyalty: A Case Study of Mobile Phone Industry. *Marketing and Branding Research, 2*(1), 44-63.
- Ulus, A. A. (2013). Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Pada PT. Astra Internasional Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 1*(4).

- Utami, A. P. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Minimarket Kopma Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 5(6), 469-476.
- Wangarry, C. L., Tumbel, A., & Karuntu, M. M. (2018). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda di PT. Hasjrat Abadi Ranotana. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- Yohana, A. (2009). *Analisis Harapan dan Kepuasan Pasien Rawat Inap Penyakit Dalam terhadap Mutu Pelayanan Dokter Spesialis di RSI Sunan Kudus* (Doctoral dissertation, program Pascasarjana Universitas Diponegoro).
- Zulfikar, MW, & KAMAL, M. (2011). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Oase Batik Pekalongan)* (Disertasi Doktor, Universitas Diponegoro).