

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bab empat, terdapat keterbatasan penelitian yaitu:

1. *Kepercayaan Konsumen* berpengaruh terhadap *Keputusan Pembelian* pada toko obat tradisional China Ban Tjie Tong Surabaya, maka dengan demikian hipotesis 1 diterima.
2. *Keterlibatan Konsumen* tidak berpengaruh terhadap *Keputusan Pembelian* pada toko obat China Ban Tjie Tong Surabaya, maka dengan demikian hipotesis 2 ditolak.
3. *Keputusan Pembelian CTM* memediasi pengaruh *Kepercayaan Konsumen* terhadap *Kepuasan Konsumen* pada penggunaan obat tradisional China, maka dengan demikian hipotesis 3 diterima.
4. *Keputusan Pembelian CTM* tidak memediasi berpengaruh *Keterlibatan Konsumen* terhadap *Kepuasan Konsumen* pada penggunaan obat tradisional China, maka dengan demikian hipotesis 4 ditolak.

5.2. Saran

Berdasarkan simpulan pada 5.1 diatas, maka saran dari peneliti adalah sebagai berikut:

1. Toko obat tradisional China Ban Tjie Tong tetap mempertahankan mutu dan kualitas produknya agar tetap di percaya oleh konsumennya karena, dari kepercayaan konsumen akan timbul pelanggan yang baru.
2. Untuk menambahkan kepercayaan dan loyalitas konsumen toko obat tradisional China Ban Tjie Tong harus memberikan promo-promo menarik atau menyediakan member bagi pelanggan setia yang diberikan juga layanan khusus
3. Obat yang bertuliskan tulisan China sebaiknya dilampirkan juga bahasa Indonesia untuk lebih memudahkan pelanggan yang baru mengenali produk sehingga menimbulkan keterlibatan mereka
4. Toko obat Ban Tjie Tong melakukan promosi yang menarik agar menimbulkan keterlibatan dari pelanggan yang mempengaruhi juga keputusan pembelian dalam jangka waktu yang lama sehingga ada niat untuk mengikuti setiap promosi yang dilakukan oleh toko obat Ban Tjie Tong yang ada di surabaya.
5. Definisi operasional tentang keputusan pembelian harus di ganti mengikuti jurnal pendukung yang lain.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Husnawati, A. (2006), **Analisi Pengaruh Kualitas Kehidupan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Komitmen Dan Kepuasan Kerja sebagai Intervening Variabel**, (Studi Kasus Pada Perum Pegadaian Kanwil VI Semarang), Program Studi Magister Manajemen Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang 2006.
- Handayani. Konsep Dasar informasi, <http://indri8.ilearning.me/bab-1/bab-ii-landasan-teori/2-2-konsep-dasar-informasi/> di Akses 23 maret 2013.
- Indry. (2012), Metodologi Penelitian, http://indryfile.blogspot.com/2012/12/bab-3_1.html. di Akses 23 maret 2013.
- Kaustar, Widiyanto, Abdulah, dan Amelia. (2012) “*Relationship of Consumer Involvement, Credibility of the Source of Information and Consumer Satisfaction on purchase Decision of Non-Prescription Drugs*” Berasal dari *Member of the Research Unit MaPReCoB, University of Sousse, Tunisia. jurnal congress on interdisciplinary business and social science.*
- Kotler, P. & Armstrong., (2007). *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi ketujuh, Cetakan Kedua. Jakarta: PT Indeks.
- Kurnia., (2012), Manajemen Penelitian, <http://skripsimahasiswa.blogspot.com/2012/06/jenis-dan-teknik-atau-metode.html> di Akses 23 maret 2013
- Petter & Olson., (2009). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. 6th Edition, Avenue of the Americas. Newyork,: McGrow- Hill.
- Ramanda., (2012), Model Hubungan Antara Faktor-faktor **Pengaruh Dengan Kepuasan Pengguna Sepeda Motor (studi Kasus Pengguna Sepeda Motor Bebek dan Matic Di Jabodetabek Dengan Structural equation Modeling) skripsi, universitas indonesia.**
- Rusmaya, (2012), Pengaruh *High Performance Work Practices* Terhadap *Turnover Intentions* Karyawan Produksi CV. Cipta Karya Mandiri Kota Mojokerto 2012 *Jurnal*, universitas katolik widya mandala.
- Simamora, B. (2004). *Riset pemasaran*. Edisi pertama. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Schiffman dan Kanuk., (2007) . *Perilaku Konsumen*, Edisi Ketujuh, Cetakan Ketiga. Jakarta: PT Indeks.
Sejarah berdirinya Ban Tjie Tong (*jasapengobatanalternatif.blogspot.com*).

Velany. (2008), Metodologi Penelitian <http://www.google.co.id?url?sa=t&t=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCgQFjAA&url=http%3A%2F%2Ffontar.ui.ac.id%2Ffile%3Ffile%3Ddigital%2F116736-T%252024591> di Akses 23 Mei 2013

Wardhani. (2012), Metodologi Penelitian, http://dyah-h-w-fpsi08.web.unair.ac.id/artikel_detail-44800-Umum-Bab%203%20proposal%20Skripsi.html

Newman dan Japarianto, (2014), Pengaruh Motivation Terhadap Purchase Intention Dengan Perception Sebagai Variabel Intervening Ditoko Obat Tradisional Ban Seng Tong Surabaya., Program Manajemen Pemasaran. Universitas Kristen Petra.