

BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Berikut adalah kesimpulan dari hasil pengolahan dan analisa:

1. Berdasarkan analisis faktor terdapat faktor daya tahan (*durability*) produk, faktor daya tarik produk, faktor promosi produk, faktor harga produk, faktor ketersediaan produk (*availability*), faktor performa produk yang berpengaruh terhadap keputusan pemilihan laptop di Kota Surabaya.

2. Sebesar 65,07% varian faktor terdapat faktor daya tahan (*durability*) produk, faktor daya tarik produk, faktor promosi produk, faktor harga produk, faktor ketersediaan produk (*availability*), faktor performa produk menjelaskan keputusan pembelian, sedangkan sebesar 34,93% dijelaskan oleh faktor lain seperti faktor perencanaan perakitan dan kerjasama pihak perusahaan dengan perusahaan penunjang kebutuhan yang kuat; faktor penggunaan mesin dan robot pada perusahaan ; faktor tingkat sumber daya manusia pada perusahaan; faktor manajemen proses produksi dari pihak perusahaan.

6.2. Saran

Sebaiknya perlu dilakukan penelitian yang dilakukan lebih dari satu kota. Dapat dilakukan penelitian terhadap faktor perencanaan perakitan dan kerjasama pihak perusahaan dengan perusahaan penunjang kebutuhan yang kuat. seperti faktor perencanaan perakitan dan kerjasama pihak perusahaan dengan perusahaan penunjang kebutuhan yang kuat; faktor penggunaan

mesin dan robot pada perusahaan; faktor tingkat sumber daya manusia pada perusahaan; faktor manajemen proses produksi dari pihak perusahaan.

Daftar Pustaka

- Kotler, P. dan Keller, K.L.2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Diterjemahkan oleh: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga
- Malhotra, Naresh K.2009. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan Jilid 1*. PT Indeks: Jakarta Barat.
- Simamora, Bilson. 2003. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Umar, Husein.2003. *Metode Riset Bisnis : Panduan Mahasiswa Untuk Melakukan Riset Dilengkapi Contoh Proposal dan Hasil Riset Bidang Manajemen dan Akutansi*. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Sulistyawati, Praba. 2010. Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer di Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Santoso, Singgih. 2014. Statistik Multivariat Edisi Revisi: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Saputra, Alvin Yustian (2017) *Penentuan strategi digital marketing sebagai teknik komunikasi yang efektif (Studi kasus : Ban Motor X)*. Skripsi mahasiswa: Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- Kurniawan, Vincentius Hardi (2011) *Pengaruh brand image dan customer satisfaction terhadap brand loyalty melalui brand attitude pada*

laptop Acer di Surabaya. Skripsi mahasiswa: Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Slamet, Rio Setiawan (2016) *Analisis perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk di PT.X Surabaya*. Skripsi mahasiswa: Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

<https://www.google.com/amp/surabaya.tribunnews.com/amp/2013/08/23/geser-acer-asus-pimpin-pasar-notebook-indonesia>

<https://tekno.kompas.com/read/2017/11/21/09462987/daftar-6-laptop-terpopuler-di-dunia>

<https://makemac.grid.id/read/21987960/salip-asus-apple-naik-ke-peringkat-4-di-pasar-laptop-global-2017>

<https://teknologi.bisnis.com/read/20180205/279/734341/alasan-asus-dan-acer-kuasai-pasar-laptop-indonesia>

Uma Sekaran. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.