

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dan dibahas pada bab sebelumnya, diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Faktor perilaku konsumen yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli adalah faktor pribadi dan psikologis, sedangkan faktor yang tidak memiliki pengaruh yang signifikan adalah faktor budaya dan sosial.
2. Faktor bauran pemasaran yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli adalah faktor harga sedangkan faktor yang tidak memiliki pengaruh yang signifikan adalah faktor produk, lokasi dan promosi.

#### **6.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan: Faktor yang memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli aki lithium merk CSM adalah faktor pribadi, psikologis dan harga, maka hendaknya perusahaan dapat mempertimbangkan secara matang harga jual dari produk, memastikan bahwa harga tersebut dapat ditentukan seterjangkau mungkin untuk kelebihan yang ditawarkan, sehingga dapat sesuai dengan daya beli masyarakat dan dapat meningkatkan motivasi serta minat konsumen untuk membeli produk aki lithium merk CSM.
2. Bagi penelitian selanjutnya: Setiap variabel pada penelitian ini diukur melalui beberapa indikator, pada analisis regresi variabel

yang dianalisis digambarkan melalui total skor dari setiap item atau indikator. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan analisis lebih mendalam pada setiap indikatornya seperti misalnya analisis dengan menggunakan metode SEM.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adam, A.M. (2020). Sample size determination in survei research. *Journal of Scientific Research and Reports*, 26(5), 90-97.
- Agustin, S. (2016). Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kebab kingabi. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(1).
- Aljihadi, F., Putra, A. R., & Saptarini, V. S. V. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Pada PT. Astra Internasional Daihatsu Lampung. *VISIONIST*, 6(2).
- Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. *Widyakala: Journal of Pembangunan Jaya University*, 3, 49-56.
- Bahar, A., & Sjahrudin, H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*.
- Eliza, Sayamar, E., & Kaswita, C. (2011) Aalisis faktor-faktor yang memepnengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian buah di Pasar Arengka (pasar tradisional) dan Diant Hypermarket (pasar modern) di Kecamatan Tampan di Kota Pekanbaru. *IJAE (Jurnal Ilmu Ekonomi Pertanian Indonesia)*, 2(1), 15-34.
- Friskayanti, M.E.,Atmadja, A.W.T., & Musmini, L.S. (2014). Pengaruh Tingkat Perputaran Kas, Perputaran Kredit, Biaya Operasional Pendapatan Operasional (BOPO), Kecukupan Modal dan Jumlah Nasabah terhadap Profitabilitas (Studi pada LPD Kabupaten

- Buleleng yang Terdaftar pada LPLPD Periode 2009-2013). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akutansi)*, 2(1).
- Fure, H. (2013). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Minat Beli pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. *Jurnal EMBA*, 1(3), 273-283.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23, Edisi Kedelapan*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro (UNDIP): Semarang.
- Hanif, R., A. & Odiatma, F. (2017). Pengaruh personal cost reporting, status wrong doer dan tingkat keseriusan kesalahan terhadap whistleblowing intention. *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 10(1), 11-20.
- Kolopita, D. A., & Soegoto, A. S. (2015). Analisis atribut produk dan harga terhadap minat beli mobil Suzuki Ertiga di kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(2).
- Kotler P.K.L & Keller. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. Prentice Hall: New Jersey.
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90-99.
- Lukitaningsih, A. (2013). Perkembangan Konsep Pemasaran: Implementasi dan Implikasinya. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 3(1), 21-35.

- Mandey, J.B. (2013). Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya ProMild. *Jurnal EMBA*, 1(4), 95-104.
- Marpaung, O. (2021). Pengaruh Pengetahuan Penggunaan Fintech (OVO dan GOPAY) terhadap literasi keuangan. *Jurnal Akutansi & Perpajakan Jayakarta*, 2(2), 77-85.
- Mongi, L., Mananeke, L. & Repi, A. (2013). Kualitas Produk, Strategi Promose dan Harga Pengaruhnya terhdap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 1(4), 2336-2346.
- Ong, I. A. & Sugiharto, S. (2013). Analisa Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Cincau Station Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), 1-11.
- Permana, Y., Saleh, A., & Bakar, A. (2014). Analisis Kelayakan Usaha Pembuatan Spare Part Dudukan Mesin dan Transmisi Mobil Di Bekasi. *REKA INTEGRASIA*, 2(2).
- Polla, F. C., Mananeke, L., & Taroreh, R. N. (2018). Analisis pengaruh harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- Qornabela, R. H., Rachma, N., & Hufron, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Roti Bakar Kartika). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(09), 86-101.

- Rakhman, A., & Rahayu, T. S. M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Variasi Audio Mobil di Subur Audio Workshop Purwokerto. *Media Ekonomi*, 17(1), 33-41.
- Sentany, B., & Cahyadi, S. A. (2020). Kesesuaian aki kendaraan bermotor tipe L yang beredar di pasaran dengan SNI. *Jurnal Standardisasi*, 22(2), 163-170.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan*. Penerbit Alfabeta Bandung: Yogyakarta
- Syarif, D. N. (2019). *Komunikasi Kontemporer: Bisnis Islam Di Era Digital*. Deepublish: Sleman.
- Yusup, F. (2018). Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1).