

BAB V PENUTUP

5.1 SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang diperoleh terkait pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan *brand images* terhadap *word of mouth* dan minat beli tahu susu Jombang. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan penelitian yang didapat dari hasil uji t (parsial) dapat diambil kesimpulan bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel minat beli susu tahu Jombang.
2. Berdasarkan penelitian yang didapat dari hasil uji t (parsial) dapat diambil kesimpulan bahwa variabel persepsi harga mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel minat beli susu tahu Jombang.
3. Berdasarkan penelitian yang didapat dari hasil uji t (parsial) dapat diambil kesimpulan bahwa variabel *brand images* mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel minat beli susu tahu Jombang.
4. Berdasarkan penelitian yang didapat dari hasil uji t (parsial) dapat diambil kesimpulan bahwa variabel *word of mouth* mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel minat beli susu tahu Jombang.
5. Berdasarkan hasil uji F (Simultan) dapat diambil kesimpulan bahwa variabel kualitas produk, persepsi harga, *brand images* dan *word of mouth* mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel minat beli susu tahu Jombang.

5.2 Saran

1. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pada pabrik tahu susu jombang khususnya pabrik tahu susu Aliya Jombang.
2. Bagi peneliti lain dapat mengembangkan variabel lain yang berkaitan dengan minat beli tahu susu Jombang.
3. Karena hasil penelitian positif signifikan sebaiknya perusahaan tetap memperhatikan dalam kualitas produk, penetapan harga, serta mempertahankan *brand image* dan *word of mouth* yang positif agar tetap meningkatkan minat beli konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta: Bandung.
- Annisa, Nurul. 2017. *Pengaruh Country of Origin dan Brand Image terhadap Minat Beli pada Produk Smartphone Samsung (Studi pada PT Samsung Electronic Indonesia Cabang Pekan Baru)*. JOM FISIP, Vol. 4, No. 2.
- Anton hermawan. 2017. *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Pemustaka Pada Perpustakaan Daerah Salatiga*.
- Anwar. 2017. *Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Pada Toko Handphone Mandiri Medan*. *Majalah Ilmiah Politeknik Mandiri Bina Prestasi*. Vol. 6 No. 2.
- Armstrong, Gary dan Philip Kotler. 2012. *Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Chinomona. R, Okuomba, L & Poee, D (2013). *The Impact of Product Quality on Perceived Value, Trust and Student Intention to Purchase Electronic Gadgets*. *Mediterranea journal of Social Science*, 4(14), 463-472.
- Daga, Rosnaini. 2017. *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Global Research and Consulting : Makassar.
- Danang Sunyoto. 2015. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta : CAPS.
- Fifyanita Ghanimata dan Mustafa Kamal. 2012. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada pembeli produk bandeng Juwana Erlina Semarang)*. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis*. Vol. 1 No. 2.
- Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek : Planning dan Strategi*. Qiara Media : Jawa Timur.

- Kotler, Keller. (2016). *Marketing Management. Edisi ke 15*. Penerbit Pearson Education Limited.
- Kotler dan Keller. 2012. *Marketing Management*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip and Amstrong. 2015. *Principle of Marketing. 15th edition*. New Jersey : Prentice-Hall Published.
- Mowen, M. 2012. *Akuntansi Manajerial, Buku 1 Edisi 8*. Jakarta: Salemba Empat
- Prabowo, Indra Jaya Krisna Gede dan Nurhadi. 2018. *Pengaruh citra merek, kualitas produk, persepsi harga dan word of mouth terhadap minat beli (studi pada mahasiswa fakultas ekonomi uny pengguna iphone)*. Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI). Vol. 7 No. 6.
- Pramono, Rian. 2012. *Analisis Pengaruh Harga Kompetitif, Desain Produk, dan Layanan Purna Jual Terhadap Citra Merek Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Semarang)*.
- Rahmawati. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Mulawarman University Press : Samarinda Kalimantan Timur.
- Retnowulan, Julia. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi*. Cakrawala. Vol XVII, No. 2, Setember 2017.
- Rini Dwiastuti, Agustina Shinta, dkk. 2012. *Ilmu Perilaku Konsumen*. UB Press : Malang.
- Salomon, Michael. 2015. *Consumer Behaviour-Buying, Having and Being 11th* : Peason.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. ANDI, Yogyakarta.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behaviour (10th ed)*. New Jersey, Pearson Prentice Hall.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D Alfabeta*. Bandung. 2014, hal. 199.

- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* Alfabeta. Bandung, 2013, hal. 134-135.
- Suyadi Prawirosentono. 2002. *Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu Total Quality Management Abad 21 Studi Kasus dan Analisis*. Bumi Aksara. Jakarta. hal 2-3
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Indikator Kualitas Produk*. Jurnal Universitas Ellyani : Sidoarjo.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran Edisi Ke-4*. Cv Andi : Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2016. *Service Quality and Satisfaction, Edisi 4*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wijianty, Menik . *Pengaruh Brand Image Terhadap Proses Keputusan Pembelian Apple Iphone Pada Mahasiswa Administrasi Bsinis Politeknik Negeri Jakarta*. Jurnal Epigram, Vol 13, No. 1.
- Wiratna, Sujarweni. 2015. *Metologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Cetakan Pertama*. Pustakabaraupress :Yogyakarta.