

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan maka berikut ini dapat dikemukakan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli Batik Surya di pasar Tanah Abang Jakarta.
2. *Brand Image* tidak berpengaruh terhadap Minat Beli Batik Surya di pasar Tanah Abang Jakarta.
3. Harga tidak berpengaruh terhadap Minat Beli Batik Surya di pasar Tanah Abang Jakarta.

5.2 Implikasi Penelitian

1. Disarankan kepada Batik Surya terhadap Kualitas Produk untuk mempertahankan Kualitasnya baik dari segi Printing, maupun sablon dalam pengerjaan batik harus tetap terjaga. Bahkan harus lebih baik lagi agar konsumen tetap terjaga dan bertambah dalam minat beli Batik Surya di pasar Tanah Abang Jakarta.
2. Disarankan kepada Batik Surya untuk mengenalkan produk mereka secara luas agar dari segi usia remaja maupun dewasa dapat mengetahui tentang merek dari Batik Surya dan lakukan pemasaran melalui media sosial maupun media elektronik agar mudah diketahui oleh banyak kalangan.

3. Disarankan kepada Batik Surya agar memberikan harga yang layak sesuai dengan kualitas produk yang dipasarkan. Hal ini bertujuan agar masyarakat mengetahui bahwasannya Batik Surya mampu bersaing baik untuk kalangan bawah maupun kalangan elit.

5.3 Saran

Berdasarkan keseluruhan pembahasan dan hasil analisis yang telah dilakukan maka penulis dapat memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Peneliti yang akan datang disarankan agar memperluas responden yang dijadikan sampel pada konsumen Batik Surya di pasar Tanah Abang Jakarta.
2. Peneliti yang akan datang dapat mereplikasi model penelitian ini dan selanjutnya diujikan pada konsumen lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini.
3. Penelitian berikutnya juga dapat mengembangkan model penelitian ini dengan mempertimbangkan atau menambahkan variabel lain yang mempengaruhi minat beli.

5.4 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian yang telah dilaksanakan ini masih memiliki beberapa kelemahan yang disebabkan adanya keterbatasan yang peneliti temukan dalam penyusunan skripsi ini. Adapun keterbatasan penelitian dan saran yang penulis sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Adanya variabel lain yang tidak digunakan yaitu kualitas produk, *Brand Image*, harga, dan lain lain dalam penelitian ini yang juga dapat mempengaruhi minat beli Batik Surya di pasar Tanah Abang Jakarta.

2. Masih sedikitnya jumlah responden yang dijadikan sampel sehingga hasil yang akan ditemukan dalam penelitian ini memiliki tingkat akuratan yang lemah, sehingga di harapkan kedepannya lebih menambah lagi jumlah responden agar mendapat hasil yang lebih maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- AG.Suyono, Sri Sukmawati, P. (2012). *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Intidayu Press. Jakarta.
- Ali, H. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Apriliani, R., & Setiawan, R. (2019). *Pembentukan konsep diri mahasiswa penggemar budaya populer Korea*. *Jurnal Hermeneutika*, 5(2), 107-120. doi:10.30870/hermeneutika.v5i2.7234.
- Ardiansyah. (2013). "Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Air Minum Dalam Kemasan Galon Aqua Di Kota Padang". *jurnal ilmu manajemen vol. 2 no. 1*.
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Ashari, N. A. (2014). *Pengaruh promosi penjualan pakaian wanita di group blackberry messenger terhadap minat beli mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Hasanudin, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik*. Makasar Universitas Hasanudin.
- Bilson, S. (2011). *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitabel*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Fadhila. (2013). *Studi Pengendalian Obat Generik Melalui Metode Analisis ABC, ECONOMIC ORDER QUANTITY (EOQ) dan REORDER POINT (ROP) di Gudang Farmasi Rumah Sakit Islam Asshobirin, Uin, Jakarta*.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM dan SPSS*. BP Universitas Diponegoro. <https://doi.org/10.2307/1579941>.
- Hair, J. F, Black, W. C, Babin, B.J, Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2010). *Multivariate dataAnalysis", Sixth Edition, New Jersey: Prentice Hall*.
- Hasan, A. (2014). (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS.
- Iskandar, N. R. H. dan D. A. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Persaingan Terhadap Minat beli*. 2019. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Vol. 4 No.3 Oktober 2019 P-ISSN 2527-7502 EISSN 2581-2165*.
- Kapferer, J. (2008). *The New Strategic Brand Management Edisi 4*. London : Kogan Page.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & A. (2008). *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. In *Essentials of Management for Healthcare Professionals*. Pearson Education, Inc.

- Kotler, Philip, and Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran (Edisi 13.)*. Erlangga.
- Kotler, Philip dan Amstrong, G. (2006). *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi XII. PT. Indeks*.
- Kotler, A. (2012). *Manajemen Pemasaran (Terjemahan Bob Sabran (ed.); Edisi Ketii)*. Erlangga.
- Kotler, P. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P. dan G. A. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 (Edisi 12)*. Erlangga.
- Mareta, L. P. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan terhadap Minat Beli Ulang Shampo Rejoice pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang*.
- Nepalia. (2011). *Brand management and its impact on consumer buying behavior. International Referred Research Journal, 1(17), 113–114*.
- Patjar Simatupang. (2007). *Analisis Kritis Terhadap Paradigma dan Kerangka Dasar Kebijakan Ketahanan Pangan Nasional*". *Forum Penelitian Agro Ekonomi. Vol 25. No 1 h: 1-18*.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu. Pustaka Setia*.
- Rahim, A., D. (2016). *Factors Influencing Purchasing Intention of Smartphone among University Students. Procedia Economics and Finance, Vol. 37(Iss xx pp), 245 – 253*.
- Riana Fatmaningrum, Susanto, M. F. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea*. Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah*.
- Schiffman, L. dan L. L. K. (2015). *Consumer Behavior (11th Editi)*. Pearson Education.
- Shimp, T. A. (2010). *Integrated marketing communications in advertising and*.
- Sugiyono. (2012). *. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *METODE PENELITIAN KOMBINASI (MIXED METHODS)*. BANDUNG: ALFABETA.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D ; PenerbitCV Alfabeta, Bandung*.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Surachman, S. (2016). *Dasar-Dasar Manajemen Merek*. Bayumedia.
- Swastha, B. (2010). *Manajemen Penjualan: Pelaksanaan Penjualan*. BPFE.

- Tjiptono, F. (2008a). *Strategi Pemasaran*. ANDI.
- Tjiptono, F. (2008b). *Strategi Pemasaran (Ke 3)*. ANDI.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Manajemen, Mewujudkan Layanan Prima*. CV Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian (In 1)*.
- Umar Bakti, Hairudin, M. S. A. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung*. *Jurnal Ekonomi*, Vol. 22 No.1 Februari. Akses 09 Maret 2020.
- Wijaya, T. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. PT Indeks Kembangan.
- Wulandari, D. A., & Wijaksana, T. I. (2021). *Pengaruh Harga Dan Kualitas produk Terhadap Minat Beli Masyarakat (UMKM Tahu di Desa Sambong)*. *E-Proceeding of Management*, Volume 8,(5), 6093.
- Yamit, Z. (2010). *Manajemen Kualitas Produk & Jasa* , Vol. Edisi Pertama , EKONISIA, Yogyakarta.
- Ziethaml, Valerie A., Leonard L. Berry, and A. P. (1996). *The Behavioral Consequences of Service Quality*. *Journal of Marketing*, Volume 60, 31–46.