

BAB V

PENUTUP

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai simpulan penelitian dan saran-saran terhadap hasil penelitian.

A. Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini dapat ditarik simpulan berikut :

1. Ekuitas merek yang meliputi kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, loyalitas merek mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen Indomobile Cell Malang dengan persamaan regresi linier $Y = -1.521 + 0.162 X_1 + 0.256 X_2 + 0.145 X_3 + 0.585 X_4$ dengan besarnya pengaruh keputusan pembelian mencapai 94.8%, sedangkan sisanya 5.2% ditentukan oleh unsur/variabel lain di luar model analisis yang tidak ikut diteliti seperti atribut produk,kepuasan pembelian.
2. Hasil uji t (*t-test*) menunjukkan bahwa secara parsial (individu) ternyata ke-4 unsur dari ekuitas merek yang meliputi kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, loyalitas merek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Indomobile Cell Malang.
3. Unsur yang paling berpengaruh secara dominan terhadap adalah unsur/variabel Loyalitas merek (X_4).

B. Saran

1. Penelitian lanjutan perlu dilakukan dengan memperluas variabel yang diteliti maupun pengembangan indikator serta unsur lain yang diduga juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Indomobile Cell Malang, diluar unsur kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, loyalitas merek.
2. Jumlah sampel dalam penelitian ini diperoleh dari 50 konsumen Indomobile Cell Malang. Agar keputusan diperoleh dari hasil pengujian mempunyai kekuatan uji yang lebih besar, maka disarankan agar melakukan penelitian lanjutan dengan memperluas wilayah penelitian di perusahaan lain yang berbeda, sehingga hasil simpulan dari penelitian dapat lebih representatif terhadap konsumen.
3. Variabel yang dominan adalah Loyalitas merek, maka disarankan agar melakukan penelitian lanjutan tentang loyalitas merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 2013. *Manajemen Pemasaran Strategi*. Edisi kedelapan. Salemba Empat. Jakarta.
- Adi, M.Kartono. 2007. *Analisis Usaha Kecil dan Menengah*. CV. Andi Offset. Yogyakarta.
- Amirullah. 2002. *Perilaku Konsumen*. Penerbit : Graha Ilmu. Yogyakarta
- Clark, C. Robert, Ulrich Doraszelski. Michaela Draganska. 2009. *“The Effect Of Advertising On Brand Awareness And Perceived Quality: An Empirical Investigation Using Panel Data”*. Quant Mark Econ
- Da Costa. 2011. *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pizza Hut Malang*. Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang.

Skripsi tidak diterbitkan.

Durianto, Darmadi dkk, 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar*. Yogyakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama

Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang

Handayani, Yuli Sri. 2011. *Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja*, Malang, Universitas Brawijaya, Konsentrasi Manajemen Sumber Daya Manusia. Skripsi.

Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip dan Keller K Lane. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Lie, Xue. 2008. *How Brand Knowledge Influences Consumers Purchase Intentions*. Dissertation Graduate Faculty Of Auburn University, diunduh dari <http://proquest.umi.com>

Lukman, M Dirgahadi. 2014. *Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Produk Teh Botol Sosro Dalam Kemasan Kotak*. Universitas Katolik Parahyangan, marcodirgahadi@yahoo.co.id

Nazia Yaseen, Mariam Tahira, Amir Gulzar (Corresponding Autor) & Ayesha Anwar. 2011. *Impact of Brand Awareness, Perceived Quality and Customer Loyalty on Brand Profitability and Purchase Intention : A Resellers's view*. Journal of Contemporary Research in Business Vol. 3 no. 8.

Massie, Varian Philander. 2013. *Ekuitas Merek Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian XL Mobile Data Service di Kota Manado*. Jurnal Manajemen Pemasaran ISSN 2303 - 1174

Rangkuti, Freddy. 2002. *The Power of Brand: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama

Sarjono, Haryadi, dan Julianita, Winda. 2013. *SPSS vs LISRAEL*. Jakarta:Salemba Empat

Simamora, Bilson. 2001. *Remarketing For Business Recovery*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Schiffman, Leon, G.,Leslie Lazar Kanuk. 2000. *Consumer Behavior* , Edisi Tujuh, *Prentice-Hall, New Jersey*.

Suliyanto. 2006. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi

Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi III*. Yogyakarta: Andi

Uma Sekaran. 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 4, Buku 2, Jakarta: Salemba Empat.

Winatapradja, Nabila. 2013. *Ekuitas Merek Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Donat J.CO Donuts & Coffee Manado Town Square*. Jurnal Manajemen pemasaran ISSN 1907-235X.

