

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian dapat di ambil kesimpulan ekuitas merek yang meliputi kesadaran merek (X1), persepsi kualitas (X2), asosiasi merek (X3), dan loyalitas merek (X4) mempunyai pengaruh secara yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian *smartphone* xiaomi pada Tiga Putra *Official* Malang dengan persamaan regresi linier $Y = 0,122 + 0,168 X_1 + 0,322 X_2 + 0,259 X_3 + 0,241 X_4$. Dengan besarnya pengaruh keputusan pembelian mencapai 99,7%, sedangkan sisanya sebesar 0,3% ditentukan oleh faktor eksternal atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Hasil Uji t (*t-test*) bahwa secara parsial ke empat variabel ekuitas merek meliputi kesadaran merek (X1), persepsi kualitas (X2), asosiasi merek (X3) dan loyalitas merek (X4) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* xiaomi pada Tiga Putra Kawi *Official* Malang.
3. Persepsi kualitas adalah faktor atau variabel ekuitas merek yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian konsumen *smartphone* xiaomi pada Tiga Putra *Official* Malang.

B. Saran

Perusahaan diharapkan agar terus menerus melakukan perbaikan tentang dan mempertahankan identitas ekuitas merek yang dimiliki, karena secara bersama-sama ekuitas merek yang terdiri dari faktor kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek memiliki pengaruh yang cukup berarti terhadap keputusan pembelian *smartphone* xiaomi pada Tiga Putra *Official* Malang.

Dari penelitian yang telah dilakukan variabel yang paling dominan adalah variabel persepsi kualitas, maka di sarankan agar perusahaan tetap mempertahankan dan meningkatkan persepsi kualitas seperti memenuhi kepuasan pelanggan dan juga mempertahankan keramahan dari para karyawan.

Bagi peneliti yang akan datang diharapkan dapat melakukan penelitian dengan menambah variabel independen yang berbeda dengan variabel yang terdapat pada penelitian ini. Atau peneliti selanjutnya dapat menggunakan objek-objek penelitian lain diluar *smartphone* xiaomi, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hasan . 2013. Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service)
- Assauri, Sofjan. 2013. Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep dan Strategi, Penerbit Rajawali Pers : Jakarta.
- Aaker, David A. 2013. Manajemen Pemasaran Strategi. Edisi kedelapan. Jakarta : Salemba Empat.
- Arikunto, S .2013. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Agung, Anak Agung Putu. 2012. Metodologi Penelitian Bisnis. Malang : UB Press.
- Durianto, Darmadi. 2011. Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Dewi.2008.Pemasaran Paket Wisata Dengan Metode *Selling*. PT.Kesan Indah Abadi *Tour and Travel Di Karanganyar*.Skripsi
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan program SPSS 23 Edisi 8. Semarang : BP Universitas Diponegoro.
- Kartajaya, Hermawan. 2010. *Bran Operation The Official MIM Academy Course* Esesnsi Erlangga Group
- Kotler, Keller. 2009. Manajemen pemasaran. Jilid 1. Edisi 13. Jakarta : Erlangga
- Manap .2016. Revolusi Manajemen Pemasaran, Edisi 1, Mitra Wacana Media : Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2009. Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sangadji 2013. Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian. ANDI :Yogyakarta.
- Shinta, Agustina. 2011. Manajemen Pemasaran. Malang : Elektronik Pertama Dan Terbesar Di Indonesia.
- Sadat .2009. strategi membangun merek berbasis keyakinan .Salemba Empat:Jakarta
- Sumarwan, Ujang. 2011. Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Jakarta: Penerbit PT Ghalia Indonesia
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sanusi, Anwar. 2011. Metode Penelitian Bisnis. Jakarta : Salemba Empat.

Sarjono, Haryadi., dan Julianita, Winda. 2011. SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset. Jakarta : Salemba Empat

Tjiptono, Fandy.2016. Strategi Pemasaran. Edisi 4, ANDI : Yogyakarta

Wijaya.2017. Pengaruh Ekuitas Merek (*Brand Equity*) Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek Samsung Di Kota Makassar

