

**BAB V**

**PENUTUP**

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan:

1. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh secara bersama-sama (simultan) variabel bebas terhadap variabel Keputusan Pembelian dapat diterima. Hal ini dibuktikan dari hasil uji F hitung sebesar  $(236,441) > F$  tabel  $(2,76)$  atau nilai nilai signifikansi  $(0,000) < (0,05)$ . Hasil uji T (parsial) semua indikator berpengaruh signifikan dibuktikan dengan nilai sig t berturut-turut untuk X1, X2, X3 yaitu  $(0,000)$ ,  $(0,006)$ ,  $(0,000) < (0,05)$ . Persamaan regresi yang diperoleh dalam penelitian ini adalah:  $Y = 0,707 + 0,240 X_1 + 0,148 X_2 + 671 X_3$ . Nilai koefisien determinasi diperoleh dari nilai adjusted  $R^2$  sebesar 0,923 atau 9,23%. Ini membuktikan bahwa 9,23% variasi keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh variabel Citra Pembuat (X1), Citra Produk (X2), dan Citra Pemakai (X3). Sedangkan sisanya sebesar 7,7% dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari model penelitian ini.
2. Variabel Citra pemakai (X3) mempunyai nilai *standardized coefficients* ( $\beta$ ) terbesar yaitu sebesar 0,667, sehingga variabel Citra Pemakai (X3)

tempat lain, rasa yang sesuai dengan keinginan, dan varian rasa maupun produk yang hanya ditemukan di Ayam Goreng Yogyakarta Malang

3. Dalam kaitannya dengan citra pemakai (X3) ada pengaruh positif dan signifikan jaringan penjualan yang luas membuat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian Ayam Goreng Yogyakarta Malang. Hal ini dapat dilihat pada tabel 4.6 yang menjelaskan rata-rata terbaik adalah 4,52. Secara keseluruhan rata-rata jawaban variabel citra perusahaan adalah 4,49 yang artinya konsumen menyatakan setuju terhadap variabel citra pembuat. Hal ini tercermin dari minat konsumen saat memilih tempat makan untuk acara makan bersama/acara keluarga karena cita rasa yang cocok di semua kalangan sehingga mendapatkan rasa aman dan lezat setelah mengkonsumsi di Ayam Goreng Yogyakarta Malang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David, A. dan Alexander, L. Biel, 2009, *Brand Equity and Advertising: Advertising Role In Building Strong Brand*, Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Hillsdale.
- Chairiza. 2012. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Andalas di Bandar Lampung*. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung: Satu Nusa.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif : Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Caps
- Indah Siti Mahmudah dan Monika Tiarawati. 2013. *Pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian pond's flawless white*. Jurnal Ilmu Manajemen. Vol 1, No 3.
- Keller, Kevin L. 2013. *Strategic Brand Management; Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Fourth Edition Harlow. English: Pearson Education Inc.
- Kotler, Philip & Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan Bob Sabran. Edisi ke 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Machfoedz, M. 2013. *Pengantar Pemasaran Modern*. Akademi Manajemen Pemasaran YPKPN, Yogyakarta.
- Muhyidin, Ali dan Pribadi, Titi. 2017. *Pendekatan dalam Analisis Sistem Politik*. ISIP4213, MODUL 1
- Oentoro, Deliyanti. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LakBang PRESSindo.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2010. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Andi
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

## PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suryadana, Liga M dan Octavia, Vanny. 2015. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Pemasaran Strategik*. Edisi 1. Yogyakarta : CV Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Penerbit Andi: Yogyakarta

