

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari citra merk (*Brand Image*) terhadap keputusan pembelian dari konsumen pada *Handphone* Merk Samsung. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya, terdapat pengaruh yang signifikan dari citra merk (*Brand Image*) terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Samsung pada mahasiswa jurusan manajemen Universitas Negeri Gorontalo.

Dapat pula dilihat bahwa koefisien dari regresi pengujian yakni positif yang mengandung makna bahwa ketika citra merk dari sebuah produk semakin baik maka akan berdampak positif bagi keputusan pembelian mahasiswa jurusan manajemen Universitas Negeri Gorontalo. Koefisien pengaruhnya yakni sebesar 53,0%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam variabel bebas penelitian. Variabel lain tersebut berupa variabel bauran pemasaran seperti tempat, orang, promosi, distribusi, serta harga dari produk.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti memberikan saran yakni dalam penentuan pilihan atau keputusan dalam

membeli sebaiknya konsumen tidak hanya memperhatikan *brand image* yang hanya didapatkan dari pernyataan teman, karena terkadang barang elektronik memiliki kekurangan yang diakibatkan oleh perangkat yang kurang baik pemasangan (instalasinya). Kemudian bagi penjual produk samsung, sebaiknya terus melakukan pendekatan kepada konsumen melalui pengenalan citra produk yang lebih baik dibandingkan produk lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adil, Maikul. 2012. The influence Of Brand Image On Sales. *Journal of basic and applied Scientific Research*, 2(4), pp : 3552-3556
- Angio,Ikbal. 2009. *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. Skripsi.* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo
- A, Shimp, Terence (2003). Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid I (edisi 5), Jakarta Erlangga.
- Athoillah, Mohamad Anton. 2010. *Dasar-Dasar Kajian Manajemen Perkantoran* Bandung: Pustaka Setia
- Athoillah (2010:233)*Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Pada Pengguna Kartu Pra-bayar Simpati*
- Aaker, David dan Erich Joachimsthaler. 2000. Brand Leadership. New York: The Free Press
- Ambadar, Jackie, 2007, Mengelola Merek. Yayasan Bina Karsa Mandiri, Jakarta.
- Danny Alexander Bastian,. 2014. Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol. 2, No. 1, (2014) 1-9
- Deliyantioentoro, 2012, *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta, Lakbangpressindo.
- Eprints.uny.ac.id/8567/3/BAB 2 -08408144028.pdf (*Diakses tanggal, 31 Agustus 2015*)
- Ghozali, Imam. 2001. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko (2005:34) "*Total Quality Management*". PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Handoko, Hani. 2005. *Manajemen Edisi II*. Yogyakarta: Universitas Gadjja Mada

[Http://andysiswoyo.blogspot.com/2012/05/pengaruh-bintang-iklan-terhadap.html?m=1](http://andysiswoyo.blogspot.com/2012/05/pengaruh-bintang-iklan-terhadap.html?m=1)(Diakses, tanggal 10 September 2015)

<http://www.idc.com/prodserv/smartphone-market-share.jsp>(Diakses, tanggal 6 September 2015)

Keller (2003 : 166). *Marketing Scales*. Yogyakarta :Andi

Keller, K. L. (2003). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity Second Edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc.

Keller, Kevin Lane. 1998. *Strategic Brand Management, Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice Hall

Kotler, Philip, 2004, *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*, Penerbit PT. Prenhallinda, Jakarta

Kotler, Philip.2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.

Kotler ,Philipdan Kevin Lane Keler.,2007,*Manajemen Pemasaran,Edisi Kedua Belas, Jilid 2, dialih bahasakan oleh Benjamin Molan, Jakarta: PT Indeks*

Lyonita,Telly.,Dyah Budiastuti. 2012. *Analisis Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Yang Berdampak Pada Loyalitas Konsumen Pada PT. Telkom Jakarta Selatan (Produk Speedy)*. *Disertasi Doktor Bina Nusantara, Jakarta*.

Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta.Salemba Empat

Oentoro, Deliyanti. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang Pressindo.

Palmer (2001:184),*Consumer Behaviour 7 thEdition (Perilaku Konsumen)*. Jakarta: PT. Indeks

ParamitasariMusay,Fransisca.*Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal. Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya*

- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2000. *Consumer Behavior. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 4. Diterjemahkan oleh: Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2006. *Consumer Behavior. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 4. Diterjemahkan oleh: Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.
- Praba, Sulistyawati. 2010. Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer Di Kota Semarang. *Jurnal*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Diponegoro
- Ramadhan Nento, Mohammad. 2010. *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Negeri Gorontalo
- Sari Listyorini, Evelina, Nela., Handoyo DW 2013. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkom Flexi (Studi Kasus pada Konsumen Telkom Flexi di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1(1), pp:203-213.
- Schiffman, Leon dan Leslie L. Kanuk. 2005. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Diterjemahkan oleh: Zoelkifli Kasip. Jakarta: Indeks.
- Schiffman, Leon, & Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Consumer Behaviour 7 th. Edition. (Perilaku Konsumen)*. Jakarta: PT. Indeks
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Administrasi*. Cetakan Ke-20. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT. Gramedia Pustaka. Jakarta Undang-Undang No. 15 Tahun 2001. Tentang Merek
- Sumarwan,Ujang.2002.*Perilaku Konsumen:Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Shimp, Terence A. (2000). *Periklanan Promosi*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Suryani, Tatik, 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Tjiptono, Fandi, 2004. *Pemasaran Jasa*. Malang: Penerbit Bayu Media

Wicaksono, H . 2007. Operator GSM belum perlu khawatirkan CDMA.
Available from:<http://www.ponselmania.com/news.php?cod=73>

Wiyono, Eko Hadi . 2007. Kamus Umum Bahasa Indonesia Bandung:
Palanta