

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil Pengujian menunjukkan bahwa *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
2. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,725 menunjukkan bahwa *Brand Image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Extra Bakery.
3. *Brand Image* secara efektif dan efisien mempunyai pengaruh yang nyata terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini dinyatakan dengan persamaan regresi. Selanjutnya dalam perhitungan koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 0,519 atau 51,9% variabilitas mengenai Keputusan Pembelian Extra Bakery dapat dipengaruhi oleh *Brand Image*, sedangkan sisanya sebesar 0,481 atau 48,1% dipengaruhi oleh variabel lain seperti kualitas produk, model, harga dan lain-lain yang tidak terdapat pada model.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penulis menyarankan:

1. Agar kiranya pihak Extra Bakery dapat kembali merespon tentang pentingnya *brand image* karena opini konsumen menyangkut produk diantaranya diawali oleh citra merek.
2. Penelitian ini perlu mendapat perhatian bagi kalangan akademisi dan perusahaan yang bergerak dalam pemasaran produk sejenis sekiranya dapat meningkatkan citra merek mengingat dengan citra merek yang baik dapat menjadi jaminan akan suatu produk yang dijual.
3. Penelitian ini akan lebih baik jika ditambahkan variabel-variabel pendukung yang diperoleh dari penelitian-penelitian dan referensi yang lain yang memungkinkan untuk menambah variabel yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian seperti: Promosi, Produksi, Harga, dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Baihakki Zaini, 2013. *Analisa pengaruh citra merek, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian (studi kasus pasta gigi pepsodent di wilayah Jakarta timur*. Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
- Alfian B, 2012. *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Innova pada PT. Hadji Kalla cabang Polman*. Skripsi Universitas Hasanuddin Makassar
- Alma, buchari, 2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Budi, Triton P. 2006. *SPSS 13.0 Terapan; Riset Statistik Parametrik*. Yogyakarta: Andi Offest.
- Cooper, Donal R. Emory, C. William. 1996. "Metode Penelitian Bisnis ". Jakarta: Erlangga.
- Eriyanto. 2007. *Tehnik Sampling Analisis Opini Publik*. LKIS . Yogyakarta
- Ferrina dewi, Erna. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ghozali, iman, 2001. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indriantoro, N., Supomo, B. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis*, Edisi I. Yogyakarta: BPFE.
- Keller, Kevin L. 2003. *Strategic Brand Management*. New Jersey. Prentice Hall. Inc. Kelompok Gramedia
- Kotler dan Armstrong, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi Kedua belas, Jilid 1 & 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas Jilid 1. PT. INDEKS
- Purwanto, "Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Psikologi dan Pendidikan", Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2008
- Riduwan dan Sunarto. 2007. *Pengantar Statistik: Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Rusdiana Wisudawati, 2014. *Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan pembelian Pada Tas Hermes Tiruan Wanita Karir*. Skripsi Universitas Bengkulu
- Setiadi, N. J. 2003. *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

- Swasta, Basu dan Hani Handoko. 2008. *Manajemen Pemasaran analisis Perilaku Konsumen*. BPFE. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi ketiga. Yogyakarta, Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publishing.
- Umar, Husein. 2003. *Metodologi Penelitian, Aplikasi dalam Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Yusdia Pusparini dan yessy Artanti, 2011. *Pengaruh faktor-faktor Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pop Mie di Supermarket Giant Wiyung*. Jurnal Bisnis dan Manajemen Volume tiga