

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Dari penelitian dan analisis yang telah dilakukan maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari *Brand Awareness* terhadap Minat Beli. Semakin baik kesadaran merek konsumen maka akan cenderung membeli produk dengan merek yang sudah dikenal.
2. Besar pengaruh dari *Brand Awareness* memiliki pengaruh kontribusi sebesar 29,0% terhadap variabel Minat Beli, sedangkan 71,0% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel yg diteliti yaitu citra dan ekuitas merek secara keseluruhan.

#### **5.2. Saran**

Saran yang peneliti dapat berikan terkait dengan penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Meskipun merek PT. Wahana Wirawan Gorontalo telah memperhatikan kesadaran merek pada konsumen tetapi perlu diwaspadai mengingat semakin banyaknya pesaing perusahaan mobil.
2. PT. Wahana Wirawan hendaknya selau membina dan meningkatkan hubungan baik dan saling menguntungkan dengan

konsumen dengan menjadi sponsor untuk berbagai acara tertentu yang melibatkan konsumen maupun calon konsumen agar merek mobil Nissan lebih dikenal.

3. Bagi peneliti lainnya kiranya dapat menjadi acuan dalam penulisan karya ilmiah dengan mengembangkan faktor lain diluar variabel seperti ekuitas merek, promosi dan harga untuk diteliti.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2012. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Buchari, Alma. 2013. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Daft, Richard L. 2010. *Manajemen Edisi Kelima Jilid Satu*. Jakarta : Erlangga
- Dewa, D. B. 2010. *Pengaruh Penggunaan Strategi Brand Extension Pada Membeli Konsumen*. Jurnal Manajemen Vol 2, Januari 37-46
- Durianto, Darmadi; Sugiarto; Tony Sitinjak. 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Freddy, Rangkuti. 2012. *Strategi of Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Gelder, S.V. 2010. *Global brand strategy*. Gramedia Pustaka Utama
- Ghozali, Imam. 2010. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Edisi Ketiga*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gommans, dkk. 2010. *From Brand Loyalty to E-Loyalty: a Conceptual*. Journal of Economic and Social Research, Vol 3, 1:43-58
- Hadi, Amirul dan Haryono, H. 2007. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia.
- Hem, L, E. dkk. 2010. *Faktor Influencing Succesfull Brand Extension*. Journal of Marketing Management, Vol 19, September, p-137.
- Hermawan, Kartajaya. 2010. *Brand Operation The Official MIM Academy Course Book*. Jakarta : Esensi Erlangga Group
- Keller, Kevin Lane. 2010. *Strategi Manajemen Merek*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry. 2011. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2010. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi. 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kusumawardani, dkk. *Strategi Brand Communication Dalam Membangun Awareness*. (studi kasus rumah makan Seafood D'Cost Surabaya. Skripsi Mahasiswa Pembangunan Nasional. Jawa Timur. Skripsi S1 Fakultas Ekonomi Universitas
- Lamb, Charles W. dan Joseph F. Hair, dan Carl Mc Daniel. 2011. *Pemasaran*. Edisi Keempat. Jakarta: Salemba Empat
- Moleong, L. J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda karya
- Rangkuti, Freddy. 2010. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus. Integrated Marketing Communication*. Jakarta : Gramedia
- Sastradipoera, Komaruddin., 2013. *Manajemen Marketing Suatu Pendekatan Ramuan Marketing*. Bandung: Kappa Sigma
- Simamora, Henry., 2012, *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Star Gate Publisher.
- Sugiyono. 2011. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Supramono dan Haryanto, Jony Oktavian. 2005. *Desain Proposal Penelitian Studi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Surachman. S. A. 2010. *Dasar-dasar Manajemen Merek*. Malang : Bayumedia Publishing.
- Swastha, Basu dan Handoko, Hani. 2010. *Manajemen Pemasaran: Analisa Dan Perilaku Konsumen Jilid 2*. Yogyakarta: BPFE.
- Swastha, Basu. 2009. *Asas-Asas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandi, 2011. *Pemasaran Jasa*. Bayumedia, Malang
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Strategi Pemasaran Edisi III*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Wibawa, J. 2011. *Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Distro Screamous Di Kota Bandung*. Repository Widyatama

Wicaksono, Satria Adhi. 2015. *Pengaruh Merek dan Desain terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Konsumen Sepeda Motor Honda CS One pada Dealer 54 Motor Pekalongan)*. Skripsi. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang.

Wijaya, B. S. 2012. *Dimensi Brand Image Dalam Komunikasi Merek*. Skripsi Metode Kualitatif.