

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Kesadaran Merek Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Membeli Produk Pasta Gigi Merek Pepsodent Di Desa Huntu Utara, Kecamatan Bulango selatan. Hal ini dinyatakan dengan persamaan regresi dimana kesadaran merek memiliki nilai 0,499 maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,499, ini dilihat dari nilai koefisien regresi $\hat{Y} = 20.058 + 0,499X$, yang dimana semakin kuat kesadaran merek tertanam pada benak konsumen maka keputusan pembelian juga meningkat. Selanjutnya dalam perhitungan koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 15,5% variabilitas mengenai keputusan pembelian terhadap produk pasta gigi merek pepsodent dapat dinilai dari kesadaran merek, sedangkan sisanya sebesar 84,9% yang dipengaruhi oleh variabel lain seperti kualitas produk, harga dan variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, peneliti mengemukakan beberapa saran sebagai berikut :

1. Perusahaan hendaknya merespon tentang pentingnya menanamkan kesadaran merek akan produk pasta gigi pepsodent pada konsumen. seperti cerita iklan pasta gigi terus diperbaharui

dengan ide-ide kreatif agar tidak mudah ditiru oleh pasta gigi merek lain, sehingga dapat memberikan daya tarik tersendiri bagi konsumen saat melakukan pembelian.

2. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan hasil penelitian ini dengan menambahkan beberapa variabel yang lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini seperti kualitas produk, harga dan variabel lainnya agar mendapat hasil yang lebih maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Manajemen Penelitian*. Jakarta, PT.Gelora Aksara Pratama.
- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabet.
- Aditya Romadhoni, 2014. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen (Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Pantene Di Surabaya)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Vol 3. No 7 (2014).
- Cholid Narbuko, H. Abu Achmadi. 2013. *Metodologi penelitian*. Cetakan Tigabelas. Penerbit PT bumi aksara : Jakarta.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto dan Lie Joko Budiman. 2004. *Brand Equity Ten: Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Durianto, Sugiarto, & Toni Sitinjak, 2004. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Cetakan Ketiga. Penerbit Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Hal 91-115.
- _____. 2006. *Nonparametric*, Semarang: badan penerbit UNDIP.
- Jackie, dkk. 2007. *Mengelola Merek*. Jakarta: Yayasan Bina Karsa Mandiri.

- Kotler & Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi kedua belas. Jilid 1. Erlangga : Jakarta.
- Kotler & Keller. 2009. *Manajemen pemasaran*. Edisi ketigabelas. Jilid 1. Erlangga : Jakarta.
- Hendri, Ma'ruf, 2006. *Pemasaran Ritel*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2000. *Consumer Behavior. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Jilid 2. Edisi 4*. Terjemahan: Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga
- Riduwan, 2005. *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan Dan Peneliti Pemula*. Bandung : Alfabeta.
- Rudot Yuly Saputro, 2016. *Jornal Of Management (Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality, dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario 125 Di Dealer Astra Semarang)*. Universitas Pandanaran Semarang. Vol 2, No 2, Maret 2016.
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitan Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012. *Pemasaran Strategik Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategi, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif, Hingga e-Marketing*. Yogyakarta : Andi.
- Umar, Husain. 2003. *Metodologi Penelitian, Aplikasi Dalam Pemasaran*. Penerbit Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

- _____. 2013. *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan : Paradigma Positivistik dan Berbasis Pemecahan Masalah*. Cetakan Keempat. Penerbit PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Yonaliza. 2014. *Jurnal of Economic Education (Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Pc Tablet Samsung Galaxi Di Kota Padang)*. STIKIP – PGRI sumbar. Vol 2. No 2 (2014).
- www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top-brand-index-2013-2015. Diakses 03-02-2016.