

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat ditarik simpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari Ekuitas Merk Motor Yamaha dan Honda terhadap Keputusan Pembelian. Koefisien regresi yang positif ini menunjukkan bahwa Ekuitas Merk Motor Yamaha dan Honda mempunyai pengaruh yang positif terhadap Keputusan Pembelian. Nilai koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 0,576. Nilai ini berarti bahwa sebesar 57,6% Keputusan Pembelian oleh Mahasiswa Universitas Negeri Gorontalo dipengaruhi oleh citra dari sebuah merk Motor Yamaha dan Honda. Dari nilai yang dihasilkan dari analisis regresi di atas, maka dapat pula disimpulkan bahwa variabel bebas telah mampu ataupun baik dalam menjelaskan atau memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat. Adapun pengaruh dari variabel lain terhadap Keputusan Pembelian sebesar 42,4%. Variabel lain dapat berupa variabel bauran pemasaran yakni promosi, produk, lokasi maupun harga

Nilai t-hitung untuk nilai konstanta (untuk melihat dampak pemilihan motor Honda) sebesar 6,014 dan koefisien regresi variabel dummy (untuk melihat dampak pemilihan motor Yamaha) sebesar 8,730 yang jauh lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansinya juga lebih kecil dari 0,05. Dari nilai t hitung masing-masing dapat diketahui bahwa

konsumen atau Mahasiswa Universitas Negeri Gorontalo cenderung lebih menyukai produk motor Yamaha dibandingkan dengan motor Honda

## 5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Sebaiknya perusahaan penyedia produk motor Yamaha ataupun Honda terus berupaya untuk memberikan dan melakukan strategi pemasaran yang lebih baik dalam rangka untuk meningkatkan persepsi baik dari konsumen atas merk Motor Yamaha dan Honda
2. Sebagai perusahaan distributor kendaraan, memberikan masukan dan saran kepada produsen Motor Yamaha dan Honda untuk terus melakukan inovasi pada mesin hingga desain produk sesuai dengan berbagai keluhan dari konsumen
3. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian seperti Produk, *Price* (harga), *Place* (lokasi), *Promotion* (promosi), *People* (orang), *Physical Evidence* dan Proses

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Yanu Alif Fianto. 2014. The Influence of Brand Image on Purchase Behaviour Through Brand Trust
- Alfatris, T. D. 2013. Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk, Dan Kepercayaan(Trust) Terhadap Minat Beli K-Pop(Korea Pop) Album Dengan Sistem Pre Order Secara Online (Studi Pada Online Shop Kordo Day Shop (CORP) Semarang. Karya Ilmiah. Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UDINUS
- Ambadar Jackie, Abidin Miranty, Isa Yanty. 2007. Mengelola Merek. Jakarta: Yayasan Bina Karsa Mandiri.
- Ambarwati, Sunarti dan Mawardi. 2015. Pengaruh Ekuitas Merk Terhadap Minat Beli (Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Pasta Gigi Pepsodent)
- Anoraga, Pandji. 2004. Manajemen Bisnis, Cetakan Ketiga, Rineka Cipta, Jakarta.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta
- Arista dan Atuti. 2011. Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Ekuitas Merk terhadap Keputusan Pembelian
- Assauri, Sofjan. 2008. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Lembaga Penerbit. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- Bambang Pujadi. 2010. Pengaruh Ekuitas Merk Terhadap minat beli melalui sikap Terhadap merek (Kasus pada Merek Pasta Gigi Ciptadent di Semarang)
- Durianto, Sugiarto dan Tony Sitinjak, 2001. Strategi Menaklukkan Pasar Melalui. Riset Ekuitas dan Perilaku Merek, PT. Gramedia Pustaka.
- Egle Petrauskaite. 2014. Effect of brand image on consumer purchase behaviour: International footwear market comparison
- Ferdinand, Augusty. 2008. Pengembangan Minat Beli Merk Ekstensi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Isaac Oladepo dan Samuel Abimbola. 2015. The influence of brand image and promotional mix on Consumer buying decision- a study of beverage consumers in Lagos state, nigeria

- Kotler, Philip, 2004, *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*, Penerbit PT. Prenhallinda, Jakarta
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kristyatmoko, Yulius Wasis dan Anik Lestari Andjarwati. 2013. Pengaruh persepsi kualitas dan harga terhadap minat beli tablet samsung galaxy tab. *Jurnal Ilmu Manajemen | Volume 1 Nomor 3 Mei*
- Mangkunegara, A.A. Anwar, Prabu. 2012. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Refika
- Muhammad Fakhru Rizky NST Hanifa Yasin, 2014, Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Volume 14 (2)*
- Nicolino, Patricia. F. 2004. *Brand Management (The Complete Ideal's Guide)*. Jakarta: Prenada Media.
- Palmer 2001. *Consumer Behaviour 7 th Edition (Perilaku Konsumen)*. Jakarta: PT. Indeks
- Pradipta dan Mashariono. 2015. Pengaruh Ekuitas Merk, periklanan terhadap Keputusan Pembelian thermometer onemed di surabaya
- Randi. 2016. Pengaruh Ekuitas Merk terhadap minat beli pada makanan fast food ayam goreng (studi pada konsumen texas chicken pekanbaru). *Jurnal JOM FISIP Vol. 3 No. 2 – Oktober*
- Ratri, Lutiary Eka 2007, Hubungan Antara Ekuitas Merk (Brand Image) operator Seluler Dengan Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Pada Mahasiswa Pengguna Telepon Seluler Di Fakultas Ekonomi Reguler Universitas Diponegoro Semarang, Fakultas Psikologi, Undip, Semarang.
- Riduwan. 2007. *Metode Penelitian untuk Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Santoso, Singgih. 2012. *Analisis SPSS pada Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Schiffman dan Kanuk. 2004. *Perilaku Konsumen (edisi 7)*. Jakarta : Prentice Hall

- Shimp, Terence, 2008. Periklanan Promosi Pemasaran Terpadu Jilid 1  
Jakarta : Erlangga
- Simamora, Bilson. 2008. Panduan Riset Perilaku Konsumen. Cetakan  
Ketiga. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.  
Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyari, Ikanita Novirian, “Analisis Pengaruh Ekuitas Merk, Kualitas  
Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame (Studi  
Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Jurusan  
Manajemen Universitas Diponegoro Semarang), Diponegoro  
Journal of Management”, Vol.1 No. 1, 2012
- Sunjoyo, dkk. 2013. *Aplikasi SPSS Untuk Smart Riset*. Bandung: Penerbit  
Alfabeta.
- Swastha, Basu dan Irawan, 2001, Manajemen Pemasaran Modern,  
Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Tjiptono, Fandy 2010. Strategi Pemasaran. Edisi tiga, Jakarta : Penerbit  
Andi
- Umar, Husain. 2007. Manajemen Riset dan Perilaku Konsumen. PT.  
Gramedia. Pusat: Jakarta