

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat dikemukakan simpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. Koefisien dari uji t yakni positif yang menunjukkan bahwa semakin tinggi citra dari suatu merek *Smartphone* maka akan meningkatkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian pada merek dari produk tersebut.
2. Secara parsial Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. Koefisien dari uji t yakni positif yang menunjukkan bahwa semakin baik kesesuaian harga dengan kualitas suatu produk maka akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian.
3. Secara simultan Citra Merek dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. Hasil *R Square* sebesar 0,515. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 51,5% variabilitas Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo dapat dijelaskan oleh Citra Merek dan Harga, sedangkan sisanya sebesar

48,5% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti variabel kualitas produk, promosi, lokasi, positioning produk, atribut produk dan inovasi produk.

B. Saran

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

1. Citra merek berpengaruh nyata terhadap tingginya keinginan konsumen menjadi pembeli, perusahaan *smartphone* samsung diharapkan dapat meningkatkan image positif dari merek produknya dengan menjaga dan melakukan inovasi pada produk baik dari keunggulan fitur hingga pada keunggulan perangkat kerasnya. Kemudian bagi distributor terus aktif dalam memperkenalkan kepada konsumen berbagai keunggulan dan citra yang baik dari produk.
2. Harga menjadi pertimbangan penting bagi kalangan mahasiswa dalam melakukan pembelian, untuk itu perlunya kebijakan harga promo dan potongan harga agar lebih menarik minat konsumen untuk memutuskan melakukan pembelian.
3. Citra merek dan harga menjadi determinan yang baik dalam menjelaskan keputusan pembelian sehingga aspek tersebut harus terus ditingkatkan baik dari segi penetapan harga dan meningkatkan citra merek yang positif kepada konsumen oleh produsen dan distributor bahkan reseller yang ada di Gorontalo.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. 2011. *Managing Brand Equity: Capitalizing on The Value of a Brand Name*. New York: The Free Press
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anwar, Iful .2015. *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian peralatan masak di Showroom Maxim Housewares Grand City Mall Surabaya*. Jurnal Volume 4, Nomor 12, Desember 2015. Surabaya: tidak diterbitkan
- Anggipora, Marius P. 2002 *Dasar -Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. raja grafindo Persada.
- Damayanti, Niketut. 2015. *Pengaruh Atribut Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Android Di Kabupaten Gianyar*.Jurnal. Bali: tidak diterbitkan.
- Et Studios. 2017. "Hampir 80 Persen Smartphone di Indonesia adalah Android" (online)<https://www.et.co.id/2016/12/total-pengguna-android-indonesia.html> diakses pada tanggal 9 februari)
- Fitriah, Maria. 2012. *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Yogyakarta: Deepublish
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Himawan, Adrian Hira. 2016. *Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan promosi terhadap minat beli notebook acer*. Jurnal. Universitas negeri yogyakarta: tidak diterbitkan.
- International Data Corporation. 2017. "*Smartphone Vendor Market Share*"(online). (<https://www.idc.com/promo/smartphone-market-share/vendor> diakses pada tanggal 9 februari 2018)
- Khakim, Muhammad Luthfi. 2016. *Pengaruh Harga, Citra merek, Kualitas produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Iphone di Kota Semarang*. Jurnal. Semarang: tidak diterbitkan
- Kotler, philip dan amstrong, gary. 2008. *Prinsip prinsip pemasaran*. Edisi 12, jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, philip dan Keller, kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12, jilid 2. Jakarta: PT.Indeks

- Kotler. Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*. Jakarta: Prenhallinda
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-13, Jilid 1. Terjemahan: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kountur, Ronny. 2008. *Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Dan Tesis*. Jakarta: PPM
- Knapp, Duanne E. 2001. *Brand Mindset*. Yogyakarta: ANDI
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl Mcdaniel. 2001. *Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat
- Lubis, Desy Irana Dewi. 2017. "Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan" *Jurnal* . Vol. 5, No. 1, pp. 15-24. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan: Tidak Diterbitkan
- Palmer, Adrian. 2001. *Principles Of Services Marketing*. Third Edition. United Kingdom: McGraw-Hill Companies
- Peter j. Paul dan Jerry C. olson. 2006. *Perilaku Konsumen dan Strategi pemasaran*. Edisi 4, jilid 2 Jakarta: Erlangga
- Ramadhan, Hafizh. 2014. *Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk T-Shirt Artchitect Di Bandung*. *Jurnal*. Fakultas Ekonomi. Universitas Komputer Indonesia: Tidak Diterbitkan
- Rasyid, Harun Al dan Indah, Agus Tri. 2018. *Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan*. *Jurnal* Vol.26. No.1 Tahun 2018. Tangerang: Tidak Diterbitkan
- Randi. 2016. *Pengaruh citra merek 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 Citra Merek (Brand Image) operator Seluler Dengan Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Pada Mahasiswa Pengguna Telepon Seluler Di Fakultas Ekonomi Reguler Universitas Diponegoro Semarang*. *Jurnal*. Fakultas Psikologi, Undip, Semarang: Tidak Diterbitkan
- Sari, Anisa Kurnia. 2013. *Pengaruh Citra Merek Dan Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian HONDA BEAT, Vol.1 Nomor 1, Januari 2013*. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Jurusan Manajemen, Fakultas

Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya, Kampus Ketintang Surabaya: tidak diterbitkan

- Santoso, Singgih. 2012. *Analisis SPSS pada Statistik Parametrik*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Setiadi, N. J. 2003. *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media
- Setiyawati, Elis. 2013. *Pengaruh harga dan citra merek terhadap keputusan Pembelian televisi samsung di perumahan villa grand tomang Tangerang*. Jurnal.Jakarta: tidak diterbitkan
- Shimp, Terence, 2008. *Periklanan Promosi Pemasaran Terpadu Jilid 1* Jakarta : Erlangga
- Simamora, Bilson. 2003. *Aura Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Smarphones10. 2016. *Sejarah Perkembangan Smartphone Android Samsung*.(online)
(<https://www.smarphones10.com/2016/04/sejarah-perkembangan-smartphone-android-samsung.html> diakses pada tanggal 10 maret 2018)
- Stanton, Wiliam J. (1998). *Prinsip Pemasaran*. Edisi Ketujuh. Jilid 1 . Jakarta: Erlangga.
- Suantara, Gede. Musmini, Lucy Sri., & Herawati, Nyoman Trisna. 2014. *Pengaruh Independensi, Keahlian Profesional dan Pengalaman Kerja Auditor Internal terhadap Efektivitas Pengendalian internal Dengan Motivasi sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Bpr Di Kota Singaraja)*. E-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Impelentasi*. Yogyakarta: ANDI
- Sutisna dan Pawitra.(2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta. PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2011. *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Supangkat, Aditya Hangga. 2017. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas Di Intako*.Jurnal Vol, 6 No, 9. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya: Tidak Diterbitkan

- Suryani, Tatik, 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sutojo. 2001. *Menyusun Strategi Harga*. Jakarta: Damar Mulia Pustaka
- Suyoto, Danang. 2013. *Metode dan Instrumen penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: CAPS
- Swastha, Basu. 2002. *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty
- Tuahuns, Surya Septian. 2016. *Pengaruh harga dan promosi terhadap peningkatan volume penjualan ponsel merek Samsung di Platinum Cellular Gorontalo*. Skripsi. Gorontalo: tidak diterbitkan.
- Undang-Undang Republik Indonesia Tentang Merek* (online) www.hukumonline.com/pusatdata/ diakses pada tanggal 30 april 2018)
- Umar, husein. 2000. *Riset pemasaran dan perilaku konsumen*. Jakarta: PT Gramedia pustaka utama
- Wikipedia. 2018. "Samsung Group" (online) (<https://id.wikipedia.org/wiki/Samsung>. diakses pada tanggal 8 februari 2018)
- Yitzhak, Armando Laheba, Willem J.F. Alfa Tumbuan, Djurwati Soepeno. 2015. *Pengaruh Citra Merek, Fitur Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung*. Jurnal Vol.3 No.3 Tahun 2015. Manado: Tidak Diterbitkan
- Zakaria, indra. 2017. *Keunggulan Smartphone Samsung*. (online) <https://tech.idntimes.com/trend/indra/keunggulan-smartphone-samsung/full> diakses pada tanggal 9 februari 2018)