

BAB V

PENUTUPAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,641 menunjukkan bahwa Citra Merek memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Kartu perdana Telkomsel. Citra Merek secara efektif dan efisien mempunyai pengaruh yang nyata terhadap keputusan pembelian.
2. Besaran pengaruh koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa sebesar 0,410 atau 41% variabilitas mengenai Keputusan Pembelian dapat diterangkan oleh variabel bebas dalam model (Citra Merek), sedangkan sisanya sebesar 59% dipengaruhi oleh variabel lain seperti kualitas pelayanan, promosi dan lain-lain yang tidak terdapat pada model.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penulis menyarankan:

1. Agar kiranya pihak Telkomsel dapat kembali merespon tentang pentingnya Citra Merek ini karena dapat membentuk opini konsumen menyangkut Telkomsel itu sendiri. Penelitian ini kiranya perlu mendapat perhatian bagi kalangan akademisi dan perusahaan yang bergerak dalam pemasaran sekiranya dapat memberikan masukan baru tentang pentingnya Citra merek Dalam mengambil keputusan untuk membeli, setiap

pelanggan selalu berbekal dengan berbagai pertimbangan yang ada. Dalam hal ini salah satunya adalah citra merek.

2. Citra Merek yang merupakan salah satu jaminan akan keberlanjutan suatu usaha khususnya. 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. Kiranya waktu yang dipakai dalam menyusun penelitian lebih lama dan dapat diberikan kesempatan untuk melihat lingkup perusahaan yang lebih luas sehingga hasil penelitian yang diperoleh akan lebih maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Adil maikul. 2012. *The Influence Of Brand Image On Sales. Journal of basic and applied Scientific Ressearch*, 2(4), pp :3552-3556
- Ambadar, Jackie. 2007. *Mengelola merek*. Yayasan Bina Karsa Mandiri, Jakarta.
- Anthoillah, Anton. 2010. *Dasar-dasar Manajemen*. Bandung :C.V Pustaka Setia
- Arafat, Wilson. (2006). *Behind a Powerful Image*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Astuti, Sri Wahjuni dan I Gde Cahyadi. 2007. “*Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan Di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*”. *Majalah Ekonomi*. Tahun XVII. No. 2. Agustus. Hal. 145 – 156. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Citra, Tamara. 2016. *Analisis Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cetakan Continuous Form Melalui Kepercayaan Merek*. *Jurnal. Studi Manajemen Dan Organisasi*. 67-79
- Drumond, Helga. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Jilid I, Edisi kelima, Erlangga: Jakarta
- Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Farthis anggara. 2013. *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Flashdisk Merek Toshiba. Jurnal*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Trijoyono.
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Kedua. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- J.Paul Peter & jerry c. Olson (2000). *Consumer Behavior Perilaku Konsumen 2nd*. ed. 4 Jakarta: .Penerbit Erlangga
- Keler. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Jakarta : Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Melenium. Jakarta : PT Prenhalinda
- Kotler, Philip dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Kedua belas. PT. Indeks, Jakarta.
- Lisyawati Hastuti, Idri. 2014. *Analisis Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Di Yokyakarta*. Jurnal. JBMA. Vol. II, No. 1, Maret 2014
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Nugroho, J. Setiadi. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Prenada
- Oentoro. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yokyakarta: Laksbang pressindo.

Paramitasari Musay, Fransisca. 2013. *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen KFC Kawi Malang*. Jurnal. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Palmer. (2001). *Consumer Behaviour*. 7 th Edition (perilaku Konsumen) Jakarta : PT Indeks

Rizan, Mohammad, Basrah Sadiani, Dan Yusiana Basrah. 2012. *Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty Tah Botol Sosro Di Food Court ITC Cempaka Mas Jakarta Timur*. Jurnal. Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI). Vol. 3, no. 1, 2012

Sari, Adil, Lyonita dan Budi Astuti, 2012-2013. *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung Di Kota Denpasar*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : ALFABETA

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Schffman, Leon, dan Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Consumer Behaviour 7 th Edition*. (*Perilaku Konsumen*). Jakarta : PT Indeks

Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen. Implikasi Pada Strategi Pemasaran.*

Yogyakarta : Graha Ilmu.

Tjiptono, Fandi. 2005. *Pemasaran Jasa.* Malang : Bayu Media

Wicaksono. 2007. *Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap*

Keputusan Pembelian laptop Merek Acer di Kota Semarang. Fakultas

Ekonomi Manajemen Universitas Diponegoro Semarang

Zambroni, Afif. 2016. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi*

Terhadap Kepuasan Pembelian Produk Pepsodent Pada Konsumen

Indomaret Plus Samarinda. Jurnal. Adminitrasi Bisnis, 2016 4 (4):

960-974.