

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data dan pembahasan telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat beli konsumen di Toko Eiger Adventure Gorontalo, hal ini ditunjukkan oleh hasil pengujian koefisien determinasi memperoleh nilai 36,8%, hasil ini mengindikasikan bahwa citra merek tidak sepenuhnya menjadi faktor yang paling mempengaruhi minat beli konsumen, namun citra merek tetap berperan penting bagi perusahaan, perusahaan penting untuk menyelaraskan sekaligus meningkatkan citra merek dengan faktor-faktor lainnya yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen. kebanyakan perusahaan atau toko tidak mengetahui bagaimana citra mereknya yang telah terbentuk dimata masyarakat sehingga ketika minat beli menurun perusahaan atau toko sulit untuk mengetahui penyebab turunnya minat beli ini. Oleh sebab itu penting bagi perusahaan untuk mengetahui citra mereknya seperti apa dimata masyarakat sesuai dengan indikator yang digunakan dalam penelitian ini, hal ini agar perusahaan atau toko tahu strategi seperti apa yang akan dilakukan nantinya setelah mengetahui citra merek yang mereka miliki dimata masyarakat. Tentu hal ini dalam rangka meningkatkan minat beli konsumen. jika citra merek produknya tinggi, itu menandakan produk telah dikenal oleh masyarakat luas atau konsumen, dan jika produk telah dikenal tentu hal

ini akan sangat menguntungkan perusahaan karena lebih meningkatkan minat beli konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan penelitian, maka peneliti dapat mengemukakan beberapa saran baik untuk kepentingan praktis maupun untuk kepentingan pengembangan penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Diharapkan untuk perusahaan atau toko agar melakukan survei dan memperhatikan citra mereknya yang telah terbentuk dikalangan konsumen, mulai dari citra perusahaan itu sendiri citra pemakai dan citra produk yang dimiliki, sehingga dapat tergambarkan keadaan perusahaan atau toko di mata masyarakat atau konsumen. hal ini tentu saja akan sangat memudahkan perusahaan untuk mengetahui apa yang menjadi kekurangan dari perusahaan itu sendiri dan membantu menyelesaikan masalah yang dihadapi, ini semua dalam rangka meningkatkan minat beli konsumen.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini bisa dijadikan referensi atau bahan acuan untuk penelitian yang akan datang ketika meneliti tentang citra merek ataupun minat beli namun disarankan untuk peneliti selanjutnya agar menggunakan variabel-variabel ataupun indikator-indikator lainnya yang tentunya menyesuaikan dengan perkembangan, agar penelitian semakin luas dan beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Ateke, B.W. 2019. The Relationship between Celebrity Endorsement and Brand Image in the Fastfood Industry in Port Harcourt, Nigeria. *European Journal of Business and Management*, ISSN 2222-1905 (Paper) ISSN 2222-2839. Vol.7, No.27, 2015 Hal 177-186
<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.734.9657&rep=rep1&type=pdf> Diakses 1 Agustus 2020
- Andreas Aldo Gunawan. 2016. Pengaruh Kompensasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada PT Gesit Nusa Tangguh. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*. Online. Vol 16 No 1
<http://ejournal.ukrida.ac.id/ojs/index.php/IMB/article/view/1374> Diakses 2 Agustus 2020
- Ahmad Khairul Nuzuli, 2017. Hubungan Citra Merek Majalah Gadis Dengan Loyalitas Membaca Majalah Gadis Di Kota Semarang. Online, *Islamic Communication Journal* Vol 02 No 02,
journal.walisongo.ac.id/index.php/icj/article/download/2167/1537 Diakses 1 Agustus 2020
- Basrah Saidani. 2017. The Influence Of Perceived Quality, Brand Image, And Emotional Value Towards Purchase Intention Of Consina Backpack. *Jurnal Riset Manajemen Saints Indonesia*. Online. e-ISSN 2301-8313 Vol 8, No 1, Hal 1-19 <http://garuda.ristekbrin.go.id/documents/detail/735562> Diakses 2 Agustus 2020
- Citra, Tamara 2016. Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cetakan Continuous Form melalui Kepercayaan Merek (Studi pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang). *Journal of management*, ISSN 2337-3792. Online. Vol 5 No 2, Halaman 1-12
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/13859/13409> Diakses 14 Januari 2020
- Chinomona. R, Okuomba,L& Pooe, D 2013 The Impact of Product Quality on Perceived Value, Trust and Student Intention to Purchase Electronic Gadgets. *Mediterranea journal of Social Science*, 4(14), 463-472. Online. Vol 4 No 14 November 2013 Hal 463-472
<http://www.richtmann.org/journal/index.php/mjss/article/view/1628/1633> Diakses 26 Juli 2020

- D.A Kolopita. 2015. Analisis Atribut Produk dan Harga terhadap minat beli mobil suzuki ertiga di kota manado, Jurnal EMBA, ISSN 2303-1174. Online. Vol 3 No 2 Hal 12-24 <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/8351/7922> Diakses 1 Agustus 2020
- E. Desi Arista. 2011. Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen. Online. ISSN 1693-928X. Vol 13, No 1, Tahun 2011, Hal 37-45 <https://media.neliti.com/media/publications/36604-ID-analisis-pengaruh-iklan-kepercayaan-merek-dan-citra-merek-terhadap-minat-beli-ko.pdf> Diakses 20 Juli 2020.
- Firmansyah, Anang (Ed.). 2019. Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy). Surabaya: Qiara Media
- Kinney, T.L dan Taylor. 2012. *Marketing Research. 5th Edition*. Mc Graw Hill, New York.
- Kotler, 2015. Manajemen Pemasaran. Ahli bahasa Bob Sabran. Edisi 13. Jilid 2, Jakarta : Erlangga
- Karundeng, Nikita. 2019. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Home Industri Pia Deisy Desa Kapitu Kecamatan Amurang Barat. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Online Vol 8, No 2, 2019. p-ISSN 2338-9605 e-2655-206X. Hal 83-90 <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jab/article/view/23566> Diakses 17 Januari 2020
- Lyonita & Budiastuti, 2012. Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Iphone Di Bandung Tahun 2019 The Influence Of Brand Image And Product Quality Towards Purchase Intention Buying Iphone In Bandung 2019, *e-Proceeding of applied science*, Online. Vol 5 No 2, ISSN 2442-5826 Halaman 637-644 https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/151372/jurnal_eproc/pengaruh-brand-image-dan-kualitas-produk-terhadap-minat-beli-iphone-di-bandung-tahun-2019.pdf Diakses 1 Agustus 2020
- Mustapa *et. Al.* 2019. Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Terhadap Minat Beli Produk Private Label. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Dewantara*, Online. Vol 2, No 1, Hal 87-96 <https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/article/view/231> Diakses 26 Januari 2020

- Muhammad Rifai Kurnia. 2016. Pengaruh Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Peralatan Olahraga Tenis Meja Oke Sport Di Kecamatan Wonosari. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi JBE*. Online. *ISSN 1412-312633* Vol 24 No 1 Hal 33-42 <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fe3/article/view/5561?PageSpeed=no> Diakses 1 Agustus 2020
- Nurhidayah & Rahmidani, 2018. Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Cimory Di Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, Online. Vol. 1, No.4 5 Desember 2018, Hal 967-976 <http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/pek/article/view/5676/2985> Diakses 26 Juli 2020.
- Noverita Wirayanthi. 2019. Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas terhadap Minat Beli Produk Private Label. Online. Vol 2 No 1, Halaman 87–96. <http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/issue/view>. Diakses 14 Januari 2020
- Riski Maulana Raharjo. 2018. Kualitas Produk, Citra Merek Dan Minat Beli Konsumen Keripik Singkong. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*. Online. *ISSN 1858-1048* Vol15 No1 Hal 109-120 <https://www.researchgate.net/publication/330363787> Kualitas Produk Citra Merek Dan Minat Beli Konsumen Keripik Singkong Diakses 1 Agustus 2020
- Rendi Maulana.2014. Pengaruh Kualitas *E-Service* Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Pada *Website* Koren Denim. *Jurnal Manajemen*, Online. Vol 13, No 2 Hal 117-129 <https://media.neliti.com/media/publications/113786-ID-pengaruh-kualitas-e-service-terhadap-min.pdf> Diakses 1 Agustus
- Riris Roisah. 2016. Telaah Hubungan Citra Merek, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian Konsumen. Online. *Ecodemica*, *ISSN 2355-0295* Vol. IV No.1 April 2016, <https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/ecodemica/article/viewFile/351/pdf> Diakses 20 Juli 2020.
- Sisilya Truly Retor. 2014. Analisis Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, Keyakinan Dan Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Conbloc Indonesia Surya Manado, *Jurnal EMBA*, Online. Vol 2 No 3, *ISSN 2303-1174* Hal 664-675. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/5631> Diakses 1 Agustus 2020

- Septi Ayu Lestari. 2019. Pengaruh Harga Dan *Word Of Mouth* (Wom) Terhadap Minat Beli Laptop Merek Toshiba Dikalangan Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Ecogen*, Online. Vol 2 No 3, Hal 524-531 <http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/pek/article/view/7444> Diakses 1 Agustus 2020
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Pendekatan Praktisi Disertai Himpunan Jurnal Penelitian. Edisi Pertama.
- Sugiyono. 2018, Metode Penelitian Manajemen. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono.2019. Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Terhadap Minat Beli Produk Private Label. Online. Vol 2, No 1, <https://Ejournal.Stiedewantara.Ac.Id/Index.Php/Jmd/Article/View/231> Diakses 27 Januari 2020
- Sujarweni. 2015. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Bakso Boedjangan Cabang Burangrang Bandung Tahun 2017. Online. Vol 3. No 2, <https://libraryproceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/3815>
- Tjiptono, Fandy, 2015 . Brand Management & Strategy. Yogyakarta : Andi
- Tri Herdiana 2017. Country of Origin dan Citra Merek : Upaya Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*. Online. e-ISSN 2579-9401, p-ISSN 2579-9312 Vol 1, (1) Hal 31-40 <https://www.neliti.com/id/publications/236630/country-of-origin-dan-citra-merek-upaya-meningkatkan-minat-beli-konsumen> Diakses 1 Agustus 2020
- Uma Sekaran.2017. Pengaruh Kompetensi Karyawan Dan Budaya Organisasi Terhadap Prestasi Kerja Karyawan Pt Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero). Online. [Http://Repository.Unpas.Ac.Id/30050/](http://Repository.Unpas.Ac.Id/30050/) Diakses 27 Januari 2020
- Vien C.V., Yun C.T., Fai P.L. 2017. *The Effect of Celebrity Endorsement on Brand Attitude and Purchase Intention*. *Journal of Global Business and Social Entrepreneurship (GBSE)*, 1(4), 141–150 <http://gbse.com.my/v1no4jan17/Paper-73-.pdf> Diakses 20 Januari 2020
- Vahdati, H And Seyed Hadi M.N. 2016. *Brand Personality Toward Customer Purchase Intention: The Intermediate Role Of Electronic Word-Of-Mouth And Brand Equity*. *Asian Academy of Management Journal*, Vol. 21, No. 2, 1–26

http://web.usm.my/aamj/21022016/aamj21022016_1.pdf Diakses 20 Januari 2020

Wijayasari, Nila. 2018. Pengaruh *Brand Image*, Kualitas, Persepsi harga dan Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen Sarung Gajak Duduk di Kabupaten Pekalongan. Diponegoro *Journal of management*. Online. Vol 7, No 2, Tahun 2018, Hal 1-9
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/download/20945/19622>.

Diakses 17 Januari 2020

Xian G.L. 2011. *Corporate-, Product-, and User-Image Dimensions and Purchase Intentions School of Business, Renmin University of China, Beijing, China*. Online. Vol 6. No 9 Hal 1875-1879 <http://www.jcomputers.us/vol6/jcp0609-13.pdf> Diakses 17 Januari 2020

Yanthi, K. P., & Jatra, I. M. 2015. Pengaruh Country of Origin, Brand Image dan Perceived Quality terhadap Minat beli sepeda motor honda beat di kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(11), 3852–3881
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/14867> Diakses 14 Januari 2020.