

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan yaitu variable ekuitas merek memiliki pengaruh sebesar 36% terhadap keputusan pembelian, dan sisanya sebesar 64% dipengaruhi variable lain yang tidak diteliti. Penelitian ini membuktikan bahwa selain skema harga dan pelayanan, perusahaan juga harus memperhatikan faktor lingkungan, sosial, teknologi, dan pribadi yang akan mempengaruhi keputusan pembelian.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan penelitian, peneliti menyarankan:

1. Secara umum, perusahaan strategi pemasarannya khususnya dengan memperhatikan perilaku konsumen khususnya faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
2. Penelitian ini dapat berguna sebagai bahan informasi dan referensi, baik bagi akademisi, peneliti, dan pihak lainnya, yang membahas praktek manajemen pemasaran khususnya menyangkut ekuitas merek terhadap keputusan konsumen.

Kiranya penelitian ini dapat dijadikan acuan/ referensi bagi pihak lain untuk dapat menambah faktor atau variabel lainnya dan menguji pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen.

### DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 1996. *Managing Brand Equity, Capital Lizing On The Value You Of A Brand Name*. Ney York : The Free Press.
- Aaker, J. L. 1997. *Dimensions of Brand Personality*. *Journal of Marketing Research*, 34(3), pp.347–357.
- Aaker, David A. 2006. *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek*. Cetakan Pertama, Jakarta: Penerbit Mitra Utama
- Adingsih, Sri Isworo & Sumarni. 2005. “Hubungan *Economic Value Added* (EVA) Dan *Market Value Added* (MVA) Pada Publik Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta” *Jurnal. FEUPN ‘Veteran’ Yogyakarta*, 6 (1) 1-16.
- Akdon, Riduwan. 2007. *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arsyad Hamidi Zainul Arifin Wilopo. 2014. *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal*
- Assael, Henry, (2001). *Consumer Behavior*. Edisi Keenam. New York: Thomson Learning.
- A.S. Munandar. 2001. *Psikologi Industri dan Organisasi*. Depok. Penerbit Universitas Indonesia Indonesia (UI Press).
- Asaretkha Adjane, Angga Dewi Anggraeni. 2017. *Pengaruh Ekuitas Merek iPhone Terhadap Loyalitas Pelanggan*. *Jurnal*.
- Bilson Simamora, 2003, *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif & Profitabel*, Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Kotler, Keller (2009). *Manajemen Pemasaran 1*. Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga.
- Muhammad Irwan Had. 2014. *Pengaruh Ekuitas Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Smartphone Samsung di UMY*. *Jurnal*.
- Philip Kotler, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid 2, PT. Prenhalindo, Jakarta.
- Philip Kotler, 2005, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I dan II, PT. Indeks, Jakarta.
- Rachel Dyah Wiastuti, Sarrah Kimberlee. 2018. *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian di Simetri Coffee Roaster Puri, Jakarta*. *Jurnal*
- Santoso Singgih. 2012. *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Setiadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen*. Cetakan 4. Edisi Revisi. Jakarta : Kencana.
- Sugiyono (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarni Murti, Jhon Suprianto. 2005. *Pengantar Bisnis. Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan*. Liberty, Yogyakarta

- Sudjana, Nana. 2004. Dasar-dasar Proses Belajar Mengajar. Bandung: SinarBaruAlgensido Offset.
- Supranto, J. 2011. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasar Cetakan keempat, Penerbit PT Rineka Cipta, Jakarta.
- Suprantodan Limakrisna, 2011. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Susanto, Azhar. 2004. Sistem Informasi Akuntansi: Konsep dan Pengembangannya. Indonesia : Lingga Jaya.
- Susanto, Hilmawan Wijanarko. 2004. Power Branding : Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya. Jakarta : PT Mizan Publika Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2004, Strategi Pemasaran, Edisikedua, Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2010, Strategi Pemasaran, Edisi 2, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2012. Strategi Pemasaran, Ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Thomas Aditya, Wicaksana Suharyono, Kadarisman Hidayat. 2018. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. Jurnal.