

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Citra Merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Hal ini dapat dilihat setelah dilakukan uji statistik.

Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,800 menunjukkan bahwa Citra Merek memiliki pengaruh positif terhadap minat beli pembalut Softex. Citra Merek secara efektif dan efisien mempunyai pengaruh yang nyata terhadap minat beli. Selanjutnya dalam perhitungan koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa sebesar 0,640 atau 64% karena sejauh ini walaupun Softex diurutkan ketiga pembalut wanita versi *Top Brand Index*, tetapi minat belinya masih dikatakan tinggi sebab citra mereknya yang sudah melekat kuat dalam ingatan konsumen sejak tahun 70-an, sedangkan sisanya yang sebesar 0,36 atau 36% dipengaruhi oleh variabel lain seperti kualitas produk, harga, promosi, dan lain-lain yang tidak dijelaskan dan diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan dijelaskan diatas, maka penulis menyarankan:

1. Kiranya untuk pihak perusahaan dapat merespon tentang pentingnya Citra Merek ini karena dapat membentuk opini konsumen menyangkut pembalut wanita merek Softex itu sendiri.
2. Kiranya dalam penelitian ini, bisa mendapat perhatian yang lebih serius untuk kalangan akademis serta perusahaan yang bergerak pada bidang yang serupa. Dalam mengambil keputusan untuk membeli, setiap pelanggan selalu berbekal dengan berbagai pertimbangan yang ada. Dalam hal ini salah satunya adalah citra merek. Citra Merek yang merupakan salah satu jaminan akan keberlanjutan suatu usaha.

3. Penelitian ini dapat lebih baik lagi ketika ditambahkan variabel pendukung yang didapatkan dari penelitian serta referensi lain dalam menambah variabel yang dapat memengaruhi Minat beli seperti: Promosi, Produksi, Harga, dan lain-lain.
4. Waktu yang dipakai untuk menyusun penelitian ini kiranya agar lebih lama serta dapat diberi kesempatan dalam melihat seluruh lingkup perusahaan yang lebih luas lagi sehingga hasil penelitian yang akan diperoleh lebih maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari.** 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Kasmadi, dan Nia Sri Sunariah.** 2013. *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P. and Keller, K. L.** 2016. *Marketing Management (15th Ed.)*. New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Schiffman dan Kanuk.** 2004. *Perilaku Konsumen Edisi 7*. Jakarta: Prentice Hall.
- Sekar Sari, Christina Ariadne.** 2017. *Teknik Mengelola Produk dan Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono.** 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, V. Wiratna.** 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, Fandy.** 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wolok, Tineke.** *Green Marketing; Pemasaran & Pembelian*. 2019. Gorontalo: Athra Samudera.
- Jurnal :**
- Alfatris, Tika Dian.** 2013. *Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli K-Pop (Korean Pop) Album Dengan Sistem Pre-Order Secara Online*. Skripsi.
- Hakim, Arif Rachman.** 2017. *Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Bimbel Tridaya Bandung*. Jurnal Manajemen Universitas Telkom Bandung. Vol.3, No. 2.
- Marheni, dan Tutut.** 2014. *Pengaruh Brand Image Terhadap Kesetiaan Pengguna Smartphone iPhone*. Jurnal Socioteknologi Vol. 13. Bandung: Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom.
- Niode, Idris Y.** 2012. *Analisis Strategi Keunggulan Bersaing (Competitive Advantage) Sektor Usaha Kecil Menengah di Kota Gorontalo (Studi Kasus Industri Meubel di Kota Gorontalo)*. Jurnal Bisnis dan Manajemen (BISMA). Vol. 4 No. 2. pp. 91-101.

Niode, Idris Y, Yusniar Mendo, Rauf Fajrunnisa R. 2020. *Role of Purchase Decision As A Meditation That Influences Atmosphere Store on Customer Satisfaction. Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences (RJOAS). ISSUE 7 (103), July 2020. pp. 37-44.*

Randi. 2016. *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Makanan Fast Food Ayam Goreng (Studi Pada Konsumen Texas Chicken Pekanbaru).* JOM FISIP, Vol. 3, No. 2.

Rizky, M.F., dan Yasin, H. 2014. *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan.* Jurnal Ilmiah Mnajemen dan Bisnis.

Setiaji, Bernardinus Wisnu. 2016. *Analisis Pengaruh Harga, Desain, dan Limited Edition Produk T-Shirt Terhadap Minat Beli Pada Konsumen T-Shirt Dreambirds di Media Sosial Facebook.* Skripsi. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.

Seran, Yohanes Petrus. 2016. *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Mie Instan "POP MIE".* Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.

Sihombing, Veronica. 2016. *Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Steak Ranjang Bandung.* Bandung: Universitas Telkom.

Sundjoto, dan Agus Sofyan Hadi. 2012. *Pengaruh Citra Merek dan Kesadaran Merek Terhadap Ekuitas Merek Susu Cair dalam Kemasan "Frisian Flag".* Jurnal Media Mahardhika Vol. 11 No. 1 September 2012.

Internet :

[https://lifestyle.kompas.com/read/2014/09/21/170145320/Perempuan.Indonesia.Lebih.Suka.](https://lifestyle.kompas.com/read/2014/09/21/170145320/Perempuan.Indonesia.Lebih.Suka.Pembalut.Bersayap)

[Pembalut.Bersayap](#) (diakses pada 3 September 2018)

www.topbrand-award.com (diakses pada tanggal 6 Agustus 2018)

www.siat.ung.ac.id (diakses pada tanggal 1 Februari 2019)

<http://www.berita-bisnis.com/data-bisnis/725-laurier-charm-dan-yang-lain-berebut-kue-bisnis-pembalut-wanita-.html> (diakses pada tanggal 23 Januari 2019)

<https://tirto.id/dari-buruh-pabrik-singlet-lahir-lah-softex-cEPN>(diakses pada tanggal 15 November 2019)

<https://www.softexindonesia.com/id/pages/our-values> (diakses pada tanggal 15 November 2019)

<https://lektur.id/arti-citra/> (diakses pada tanggal 1 Januari 2020)

<https://mirzualone.wordpress.com/2012/05/16/pengertian-citra/> (diakses pada tanggal 1 Januari 2020)