

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah di kemukakan pada bab-bab sebelumnya, maka ditarik beberapa kesimpulan dari hasil penelitian yaitu, Pengujian menunjukkan bahwa Ekuitas merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian AMDK Aqua. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,670 menunjukkan bahwa ekuitas merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian AMDK Aqua. Ekuitas merek secara efektif dan efisien mempunyai pengaruh yang nyata terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini dinyatakan dengan persamaan regresi. Selanjutnya dalam perhitungan koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 0,449 atau 44,9% variabilitas mengenai Keputusan Pembelian AMDK Aqua dapat dipengaruhi oleh ekuitas merek, sedangkan sisanya sebesar 55,1 % dipengaruhi oleh variabel lain seperti varian produk, model kemasan, harga dan lain-lain yang tidak terdapat pada model.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan, yaitu agar kiranya pihak AMDK Aqua Kota Gorontalo dapat kembali merespon tentang pentingnya ekuitas merek dengan slogan air sehat setiap saat karena hal ini dapat membentuk opini konsumen menyangkut Aqua itu sendiri. 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

- Aaker A. David 1997. *Ekuitas Merek, Edisi Indonesia*. Jakarta : Mitra Utama
- 1991, *Mengelola Ekuitas Merek : memanfaatkan nilai dari sebuah nama merek*. Jakarta : Spektrum
- Amstrong,dan Kotler. 2003. *Dasar-dasar Pemasaran, Jilid . Edisi Kesembilan*. Penerbit PT. Indeks Gramedia, Jakarta
- Arif, Rahman. 2010. *Strategi Dahsyat Marketing*. Bandung. TransMedia Pustaka
- Arsyad Hamidi. 2014. *Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen sepeda motor merek Honda Di Dealer PT.Nusantara Dua Sakti Di Malang . Jurnal. Fakultas Ilmu Administrasi bisnis Universitas Brawijaya, Malang.*
- Bilson, Simamora 2001. *Memenangkan pasar dengan pemasaran efektif dan profit, Edisi Pertama*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Buchari Alma 2000. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabet.
- Bagus Wicaksono. 2010. *Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Notebook Acer di Acer point Malang*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Budi, P.T 2006. *SPSS B.O Terapan : Riset Statistik Parametrik*. Yogyakarta : Andi

- Darma Kusuma Moh. Zen. 2012. *Analisis Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen minuman isotonik Pocari Sweat* pada mahasiswa fakultas ekonomika dan bisnis. Jurnal. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro (Undip), Semarang Indonesia.
- Durianto. D. Sugiarto, & Sitinjak. T. 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Engel 1995. *Consumen Bahasan, Alih bahasa : Budiyanto, jilid 1 dan 2*. Jakarta : Bina rupa aksara
- Freddy Rangkuti 2002. *The power of brands, Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. Jakarta : Gramedia Pustaka.
- Ghozali, I 2001. *Aplikasi analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang : Badan penerbit Universitas Diponegoro. Edisi 3
- Humdiana. 2005. *Strategi Pemasaran*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Mizon Pustaka
- Indriantoro, Supomo 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen, Edisi Pertama*. Yogyakarta : BPFE
- Kartono 2007. *Manajemen Pemasaran, Teori dan Praktek*. Bandung : Alfabeta
- Kotler dan Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta. Erlangga
- _____2003. *Manajemen Pemasaran edisi kesebelas*, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.

- _____ 2005. *Manajemen Pemasaran*, Buku kedua. Jakarta : PT. Indeks
- _____ 2009. *Manajemen Pemasaran*. Indonesia. PT Indeks
- _____ 2007. *Manajemen Pemasaran, edisi 12*. Indonesia. PT Indeks
- Mohamad Alzamendy. 2011. *Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Swift* Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.
- Schiffman dan Kanuk. 2004. *Perilaku Konsumen (edisi 7)*. Jakarta : Prientice Hall
- Sugiyono. 2007. *Statistik untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta
- _____ 2012. *Memahami Penelitian*. Bandung. Alfabeta
- _____ 2013. *Metode Penelitian Pendidikan (pendekatan Kuantitatif Kualitatif Dan R&D)*. Bandung. Alfabeta
- Syaiful Syarifuddin. 2012. *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Pada Konsumen PT. HADJI KALLA KANTOR CAB. SIDRAP*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hassanudin Makassar.
- Temporal, Paul 2001. *Branding in Asia*. Batam Center : Interaksara
- Tjiptono, Fandy 2005. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Bayu Media Publishing
- Umar, Husein. 2003. *Metodologi Penelitian, Aplikasi dalam Pemasaran*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- <http://m.kaskus.co.id/thread/5129388a1b76086a4900000d/sejarah-berdirinya-aqua> di akses pada tanggal 20 juli 2015
- <http://campartikelmahasiswa.blogspot.com/2013/05/pengertian-ekuitas-merek.html?m=1> di akses pada tanggal 12 maret 2015

<http://www.topbrand-award.com> di akses pada tanggal 12 maret 2015

<https://aquaairmineral.wordpress.com/profile/> di akses pada tanggal 12 maret 2015

<https://ilmumanajemenpemasaran.wordpress.com/artikel/merek/ekuitas-merek> di akses pada tanggal 20 maret 2015