

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat diperoleh kesimpulan dalam penelitian mengenai pengaruh citra merek dan kualitas persepsian terhadap keputusan pembelian produk Eiger di Kota Yogyakarta sebagai berikut:

1. Citra merek dan kualitas persepsian secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Eiger di Kota Yogyakarta sehingga hipotesis satu diterima.
2. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Eiger di Kota Yogyakarta sehingga hipotesis dua diterima.
3. Kualitas persepsian berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Eiger di Kota Yogyakarta sehingga hipotesis tiga diterima.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan antara lain sebagai berikut:

1. Penelitian ini belum dapat mengungkapkan secara keseluruhan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada produk Eiger.
2. Penelitian ini melibatkan subyek penelitian dalam jumlah terbatas, yaitu hanya menggunakan responden 100 orang konsumen produk Eiger di Kota Yogyakarta.

C. Saran

1. Bagi perusahaan produk Eiger di Kota Yogyakarta agar lebih menjaga dan meningkatkan *brand image* (citra merek) dan Kualitas persepsian produk Eiger di masyarakat untuk memengaruhi keputusan pembelian.
2. Bagi peneliti selanjutnya dapat dilakukan penelitian dengan variabel bebas lain, sehingga variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian dapat teridentifikasi lebih banyak lagi.

Daftar Pustaka

- Aaker, D. A. 2008. *Manajemen Ekuitas Merek*. Alih bahasa oleh Aris Ananda. Mitra Utama. Jakarta.
- Arnould, E., Price, L., Zinkan, G. 2007. *Consumers 2nded*. Singapore: McGraw-Hill/Irwin
- Belch, George E., dan Michael A. Belch. 2004. *Advertising and Promotion, An Integrated Marketing Communications Perspective*, sixth edition. New York: McGraw-Hill
- Bernadine. 2014. “*Pengaruh Asosiasi Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Zara Di Jakarta*”, Program Studi Manajemen, Kwik Kian Gie School Of Business, Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Jakarta. *Jurnal (Dipublikasikan)*
- Buchari Alma. 2009. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Da Silva, Rui Vintas, dan Alwi, Sharifah. 2006. “*Cognitive, Affective Attributes and Conatives Behavioural Responses in Retail Corporate Bandung*”. Journal of Product and Brand Management Vol 15.
- Desiana Arnes. 2015. “*Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek Dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Tas Sophie Martin Di Bc Yulis Mawaddaty Pare*”. Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara Pgri Kediri. *Skripsi (Dipublikasikan)*
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Gay, L.R. Dan Diehl, P.L., 1992, *Research Methods For Business And Management*, Macmillan Publishing Company, New York.
- Ghozali, Imam. 2013. *Statistik Nonparametrik*. Semarang: Badan Penerbit Undip
- Hogan, S. 2007. *Employees and Image: Bringing Brand Image to Life*. The 2nd Annual Strategic Public Relations Conference. Chicago: Lippincot Mercer

- Hossain Enayet, 2007. “*An Evaluation of Brand Image, Product attributes and Perceived Quality of a Selected Consumer Non-durable Product*”, Administration and Management review, Vol.19, No.2
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip Dan Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip Dan Armstrong, Gary. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT INDEKS Kelompok Gramedia
- Peter, J. Paul dan James H. Donnelly, Jr. 2007. *Marketing managemen*, 5thEdition, New York, McGraw-Hill.
- Peter, Paul J. dan Jerry C. Olson. 2010. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid 1 Ed. 9. Dialih bahasakan oleh Diah Tantri Dwiandani. Jakarta: Salemba Empat
- Rahmawati Alni, Fajarwati, Fauziyah, 2013. *Statistika*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Penerbit Laboraturium Manajemen FE UMY.
- Ramadhan 2014. “Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk T-Shirt Artchitect Di Bandung”. Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia. *Jurnal (Dipublikasikan)*
- Romadhoni Muhammad. 2015. “Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa Fik Uny”. Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta. *Skripsi (Dipublikasikan)*.
- Roslina. 2010. *Citra Merek: Dimensi, Proses Pengembangan Serta Pengukuran*. Jurnal Bisnis dan Manajemen Volume 6 No.3
- Sadat, Andi M. 2009. *Brand Belief: Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk. 2010. *Consumer Behavior*, 10th Edition, New Jersey : Pearson Education.
- Sekaran Uma. 2006. *Research Methods for Business*. Buku2. Edisi4. Salemba Empat. Jakarta.

- Setiadi, N.J. 2010. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan keinginan Konsumen*. Jakarta : Kencana.
- Simamora Bilson. 2008. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. cetakan ketiga, Penerbit : Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Simamora, dalam Sulistian Ogi. 2011. *Komponen pembentuk citra merek*
- Sugiama, Gima, A. 2008. *Metode Riset Bisnis dan Manajemen*. CV Guardaya Inti Marta Bandung.
- Sumarwan, U. 2008. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia. Bogor Selatan.
- Supranto dan Nandan Limakrisna. 2011. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Strategi Pemasaran*, Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Tsioutsou, Rodoula, 2005, *Perceived Quality Levels and their Relation to Involvement, Satisfaction, and Purchase Intentions, Marketing Bulletin, 2005, 16, Research Note 4.*
- Ulinuha, Muhammad. 2008 “*Analisis Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lensa Kontak X2 di Semarang*”, Skripsi Dipublikasikan, Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Utami, Christina Whidya. 2010. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Salemba Empat. Jakarta.
- Widiyanto, Ibnu. 2008. *Pointers : Metodologi Penelitian*. Semarang: BP Undip, p.126

www.alidesta.wordpress.com, diakses peneliti pada 17 Juni 2016

www.eigeradventure.com, diakses peneliti pada 17 Juni 2016.

www.topbrand-award.com, diakses peneliti pada 17 Juni 2016