

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Citra Merek (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di PT. Royal Inti Mandiri Abadi Surabaya.
2. Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di PT. Royal Inti Mandiri Abadi Surabaya.
3. Promosi (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di PT. Royal Inti Mandiri Abadi Surabaya.
4. Pengaruh citra merek, harga dan promosi berdasarkan nilai *Adjusted R Square* = 0,74 = 74% artinya hubungan citra merek, harga, dan promosi memiliki kontribusi terhadap keputusan pembelian adalah tinggi, sedangkan sisanya (100% - 74,0%) = 26% dipengaruhi oleh variabel lain.
5. Dari hasil analisis regresi linier berganda, diperoleh variabel yang paling besar pengaruhnya adalah variabel citra merek (X1) yaitu sebesar 0,502 atau 50,2%.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat penulis berikan kepada PT. Royal Inti Mandiri Abadi maupun kepada penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut.

1. Disarankan untuk citra merek (X1) ditambahkan lagi dengan:

Melakukan pendekatan lagi dan menjalin hubungan yang baik dengan ritel PT. Royal Inti Mandiri Abadi Surabaya, dengan tujuan agar ritel merekomendasikan Semen Tiga Roda kepada konsumen akhir.

2. Bagi penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain nya untuk melanjutkan penelitian ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Alfian, B. 2012. *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kidjang Inova Pada PT. Hadji Kalla Cabang Polman Makasar: Skripsi*. Universitas Hasanuddin.
- Alhusin, Syahri. 2003. *Aplikasi Statistik Dengan SPSS.10 for Windows*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu
- Alma, Buchari, 2006. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan ketujuh. Bandung: Alfabeta
- Arnould, E, Price, L, Zinkan, G. 2005. *Consumers 2nded*. Singapore: Mc.Graw-Hill/Irwin
- Boush dan Jones (dalam Kahle & Kim). 2006. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Buchari, Alma, 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Edisi. Revisi*, Bandung: CV. Alfabeta
- Davis, S. M. 2000. *Brand Asset Management: driving profitable growth through your brand*. California: Jossey-Bass, Inc. Publishers
- Djaslim, Saladin dan Yevis Marty Oesman. 2002. *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*. Bandung: Linda Karya
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM. SPSS 19 (edisi kelima)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hair et al. 2010. *Multivariate Data Analysis, Seventh Edition*. Pearson Prentice Hall
- Harini. 2008. *Makroekonomi Pengantar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Hariri, Mahsa dan Vazifehdust, Hossein. 2011. *How Does Brand Extension Affect Brand Image?*. Kuala Lumpur, Malaysia: Faculty of Management and Economics, Islamic Azad University
- J. Setiadi, Nugroho, SE., MM., 2003. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran, Edisi Kesebelas*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran, Alih bahasa Benyamin Molan, Edisi dua belas*. Jakarta: PT. INDEKS
- Lupiyoadi, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat

- Machfoedz, Mahmud. 2005. *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Upp Amp Ykpn
- Rangkuti, Freddy. 2004. *The Power of Brand*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Roslina. 2010. *Citra Merek: Dimensi, Proses Pengembangan Serta Pengukurannya*. Jurnal Bisnis dan Manajemen
- Schiffman dan Kanuk. 2004. *Perilaku Konsumen (edisi 7)*. Jakarta: Prentice Hall
- Sengupta, S. 2005. *Brand Positioning: Strategi for Competitive Advantage 2nded.* New Delhi: Tata Mc Graw-Hill, Ltd
- Singgih, Santoso. 2002. *SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia
- Stanton, William J. 1993. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyanti. 2011. *Brand Belief; Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*. Jakarta: Salemba Empat
- Sunyoto, Danang. 2009. *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis, edisi pertama*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Sutisna dan Prawita. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Swastha, Basu. 2007. *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty
- Swastha, Basu dan Irawan. 2005. *Asas-asas Marketing*. Yogyakarta: Liberty
- Tjiptono, Fandy. 2009. *Strategi Pemasaran. Edisi Keempat*. Yogyakarta: Andi.
- Triton. 2006. *Riset Statistik Parametrik*. Yogyakarta: Andi
- Wahid, Sulaiman. 2004. *Analisis Regresi Menggunakan SPSS: Contoh Kasus dan Pemecahan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

