

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Mesin Bor Merek Modern di Toko – toko Bahan Bangunan di Surabaya” maka, dapat disimpulkan:

1. Variabel Citra Merek tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian dikarenakan responden dalam membeli mesin bor tidak mempertimbangkan Citra Merek yang ada seperti komponen mesin, kemampuan menjalankan fungsi, dan mereknya.
2. Variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian dikarenakan responden memutuskan untuk membeli mesin bor dengan mempertimbangkan Kualitas Produk yang ada, seperti dalam hal kecepatan dan ketepatan, fitur, jaminan bekerja dengan baik dan sesuai spesifikasi, *lifespan*, adanya garansi servis, rangka mesin, dan reputasi.
3. Variabel Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian dikarenakan responden dalam membeli mesin bor tidak mempertimbangkan Harga yang terjangkau, sesuai dengan kualitas, bersaing, dan sesuai dengan manfaat yang diperoleh.



4. Variabel Promosi tidak berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian dikarenakan responden dalam membeli mesin bor tidak mempertimbangkan Promosi yang ada seperti iklan, diskon, hubungan baik, dan pemasaran melalui wiraniaga maupun *telemarketing*.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah ditetapkan dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Citra Merek sebaiknya tetap dipertahankan karena konsumen tidak mempertimbangkan Citra Merek dalam memutuskan untuk membeli mesin bor merek Modern.
2. Kualitas Produk khususnya dalam hal garansi servis mesin sebaiknya diperpanjang dari 3 bulan masa garansi menjadi 1 tahun masa garansi serta sebaiknya produsen memperbanyak agen mesin bor merek Modern agar konsumen dapat lebih mudah melakukan servis mesin melalui agen – agen mesin bor merek Modern.
3. Harga sebaiknya tetap dipertahankan karena konsumen tidak mempertimbangkan Harga dalam memutuskan untuk membeli mesin bor merek Modern.
4. Promosi sebaiknya tetap dipertahankan karena konsumen tidak mempertimbangkan Promosi dalam memutuskan untuk membeli mesin bor merek Modern.



DAFTAR PUSTAKA

- Alfred, O. 2013. Influences of Price And Quality On Consumer Purchase Of Mobile Phone In The Kumasi Metropolis In Ghana A Comparative Study, *European Journal of Business and Management*, Vol.5, hlm.179-198.
- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Baum, Feigen. 2012. *Kendali Mutu Terpadu*, Alih Bahasa. Jakarta: Erlangga.
- Daryanto. 2013. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*, Cetakan Kedua. Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Djohan, A.J. 2016. *Manajemen & Strategi Pembelian*. Malang: Media Nusa Creative.
- Ferdinand, Augusty. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan. Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Habibah, Ummu dan Sumiati. 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi&Bisnis*, Vol. 1 No.1.
- Hall, James, 2011. *Sistem Informasi Akuntansi*, Edisi Empat. Jakarta: Salemba Empat.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service.
- Imantoro, Fatih, Suharyono, dan Suharti. 2018. Pengaruh Citra Merek, Iklan, dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Mi Instan Merek Indomie di Wilayah Um Al- Hamam Riyadh). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 57 No. 1.
- Kartajaya, Hermawan. 2010. *Brand Operation*. Jakarta: Esensi Erlangga Group.
- Keller, Kevin Lane. 2013. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. London: Global Edition Pearson.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1. Alih Bahasa : Bob Sabran, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2014. *Prinsip-prinsip Manajemen*, Edisi 14 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.



- Kurnia, Muhammad Rifai. 2016. Pengaruh, Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Peralatan Olahraga Tenis Meja Oke Sport di Kecamatan Wonosari. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, Vol. 24 No. 1.
- Mowen, John C. dan Michael Minor. 2012. *Perilaku Konsumen*, Edisi 5 Jilid Jakarta: Erlangga.
- Permana, Dony Indra. 2017. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lantai Kayu dan Pintu PT. Piji di Jawa Timur. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 2, Nomor 1*.
- Priyatno, Duwi. 2013. *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Paddockaran*. Yogyakarta: Gaya Media.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ratri, Lutiary Eka. 2007. *Strategi Memenangkan Persaingan Pasar*. Jakarta: Salemba Empat.
- Saladin, Djaslim. 2011. *Unsur-Unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Sari, Venia Afrilia dan Sri Suryoko. 2017. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian The Siap Minum dalam Kemasan The Botol Sosro. *Diponegoro University Journal Of Social And Politic, Business Administration*.
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks.
- Simamora. 2004. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Utama.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suharno. 2010. *Marketing in Practice*, Edisi 1. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Sujarweni, Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sutisna. 2013. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2008. *Menejemen Pemasaran Modern*, Edisi 2. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Banyumedia.
- _____ dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.



Wijaya, Tony. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

_____. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2000 Nomor 243. Jakarta : Sekretariat Negara Republik Indonesia.

_____. 2015. *Macam-macam mesin bor*. <http://infoperkakas.com/macam-macam-mesin-bor/> (diakses tanggal 15 Mei 2020).

