

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang sesuai dengan tujuan hipotesis dengan menggunakan regresi linear berganda, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di PT. Destinee Wisata Indonesia Surabaya, yang artinya tidak ada pengaruh signifikan antara citra merek dan keputusan pembelian di PT. Destinee Wisata Indonesia Surabaya.
2. Kesadaran merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian di PT. Destinee Wisata Indonesia Surabaya, yang artinya ada pengaruh signifikan antara kesadaran merek dan keputusan pembelian di PT. Destinee Wisata Indonesia Surabaya.
3. Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di PT. Destinee Wisata Indonesia Surabaya, yang artinya ada pengaruh signifikan antara promosi dan keputusan pembelian di PT. Destinee Wisata Indonesia Surabaya.

5.2 Saran

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



1. Kesadaran merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di PT. Destinee Wisata Indonesia Surabaya, oleh karena itu harus di pertahankan dan ditingkatkan pada kegiatan yang telah dilakukan seperti :

Upaya yang sebaiknya dilakukan oleh PT. Destinee Wisata Indonesia Surabaya untuk meningkatkan kesadaran merek terhadap jasa adalah dengan cara memberikan inovasi dan meambah ciri khas tertentu yang dapat membedakan PT. Destinee Wisata Indonesia Surabaya dengan jasa tour&travel lain.
2. Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di PT. Destinee Wisata Indonesia Surabaya, oleh karena itu harus di pertahankan dan ditingkatkan pada kegiatan yang telah dilakukan seperti :

Upaya yang sebaiknya dilakukan oleh PT. Destinee Wisata Indonesia Surabaya untuk meningkatkan promosi terhadap jasa adalah dengan cara menambah intensitas waktu promosi yang dapat membantu para pelanggan mengetahui promosi yang ditawarkan oleh PT. Destinee Wisata Indonesia Surabaya.
3. PT. Destinee juga diharapkan dapat memperhatikan nilai positif dalam pelayanan dan citra merek yang diberikan kepada pelanggan agar pelanggan lama atau baru melakukan pembelian secara terus menerus.
4. Bagi peneliti yang akan melanjutkan penelitian ini dengan menambahi variabel lain yang tidak diteliti sehingga dapat menyempurnakan penelitian ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 2013. *Manajemen Pemasaran Strategi*. Edisi kedelapan. Salemba Empat. Jakarta.
- Abdul Aziz dan Ubaidillah. 2015. Peran Iklan, Promosi Penjualan dan Acara Khusus Pada Brand Awareness Restaurant Dixxie Easy Dining Yogyakarta. *Jurnal Khasanah Ilmu*. No. 2 Vol. 6 Hal. 40-45. ISSN : 2087-0086.
- Achidah, N., Warso, M. M., & Hasiholan, L. B. 2016. Pengaruh Promosi, Harga, Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio GT (Study Empiris Pada Produk Yamaha Mio GT Di Weleri-Kendal). *Journal of Management*. Universitas Pandanaran Semarang. Vol. 2. No. 2
- Aksan, Hermawan. 2014. *Pendidikan Budaya Dan Karakter Bangsa*. Bandung: Nuansa Cendekia
- Alma, Buchari. 2012. *Manajemen Pemasaran Dan Komunikasi Promosi*. Bandung: Alfabeta
- _____. 2014. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta, Bandung.
- A.M, Morissan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta : Penerbit Kencana
- Armstrong, Kotler 2015, *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth Edition* , England : Pearson Education, Inc.
- Assauri, Sotjan. 2015. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Badan Pusat Statistik. 2019. *Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisatawan Manca Negara Ke Indonesia*
- Bagus Rai Utama, I Gusti. 2012. *Metodologi Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta: Andi
- Bagyono. 2007. *Pariwisata dan Perhotelan*. Cetakan Kedua. Bandung : Alfabeta.
- Danang, Sunyoto. 2012. *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Buku Seru.
- Dharma, Ngakan Putu S A dan I Putu Gede S. 2015. Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Membeli Produk Apple. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol 4, No 10
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. 2018. *Perkembangan Biro Perjalanan Wisata Di Indonesia*. Jawa Timur
- Ekasari, N. (2014). Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pembiayaan Kendaraan Pada PT. BFI Finance





- Jambi. *Jurnal Penelitian Universitas Jambi: Seri Humaniora*. Vol. 16. No. 2, Hal. 81-102
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi 5. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Hulda, N. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha Di Makassar. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam*. Vol. 2. No. 1
- Kertamukti, Rama. 2017. *Strategi Kreatif Dalam Periklanan Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran Edisi 1 Cetak 2*. Depok: Rajawali Pers.
- Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2016. *Dasar-dasar Pemasaran* edisi 12 jilid 1 & 2. Jakarta: Erlangga. p125
- Krisnawati, D. 2016. Pengaruh Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian AMDK Merek AQUA (Studi pada Masyarakat di Kota Bandung). *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*. UNKRIS. Vol. 4. No.1
- Kuncoro, M.P. 2013. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis*. Jakarta : Erlangga.
- Lubis, Desy Irana D dan Rahmat Hidayat. 2017. Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman*, Vol 5, No 1. Hal 15-24
- Mandey, Jilly Bernadette. 2013. Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild. *Jurnal EMBA*. Vol 1, No 4 (95-104)
- Musay, Fransisca Paramitasari. 2013. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Universitas Brawijaya. Vol. 3. No. 1, Hal 4
- Ogi Sulistian. 2011. *Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Rokok Gudang Garam Filter*. Kuningan: Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan.
- Priyatno, D. 2010. *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian Dengan SPSS*. Yogyakarta : Gava Media.
- _____. 2013. Analisis Korelasi, regresi, dan Multivariate dengan SPSS. Yogyakarta : Gava Media.



- Schiffman, L.G. dan Kanuk. 2012. *Consumer Behaviour*. USA : New Jersey Prentice Hall
- _____. 2014. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks
- Sopiah dan Etta Mamang Sangadji. 2016. *Salesmanship (Kepenjualan)*. Yogyakarta : Bumi Aksara.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : Alfabeta
- _____. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung:Alfabeta
- _____. 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta
- Sukardi. (2010). *Evaluasi Pendidikan, Prinsip dan Operasionalnya*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Tamunu, Melvern dan Ferdinand Tumewu. 2014. *Analyzing the Influence of Price and Product Quality on Buying Decision Honda Matic Motorcycle in Manado*. *Jurnal EMBA*. 2 (3): 1255-1263.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi
- Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-B. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 51. No. 1
- Widjaja, M., Wijaya, S. dan Jokom, R. (2007), "Analisis Penilaian Konsumen Terhadap Ekuitas Merek Coffee Shops di Surabaya", *Jurnal Manajemen Perhotelan*, Vol.3, No.2, September 2007 hal.89-101.