

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan hasil uji hipotesis penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kesadaran merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek secara bersama-sama berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli masyarakat pada telepon seluler merek iPhone. Artinya, apabila terjadi peningkatan kesadaran merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek, maka hal tersebut akan mendorong minat beli terhadap telepon seluler merek iPhone.
2. Kesadaran merek berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat beli masyarakat pada telepon seluler merek iPhone. Artinya, apabila terjadi peningkatan kesadaran merek, maka belum tentu hal tersebut akan mendorong minat beli terhadap telepon seluler merek iPhone.
3. Persepsi kualitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli masyarakat pada telepon seluler merek iPhone. Artinya, apabila terjadi peningkatan persepsi kualitas, maka hal tersebut akan mendorong minat beli terhadap telepon seluler merek iPhone.
4. Loyalitas merek berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli masyarakat pada telepon seluler merek iPhone. Artinya, apabila terjadi peningkatan loyalitas merek, maka hal tersebut akan mendorong minat beli terhadap telepon seluler merek iPhone.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, masih terdapat beberapa keterbatasan yang mempengaruhi hasil akhir dari penelitian ini. Keterbatasan penelitian tersebut adalah subjek yang diteliti dalam penelitian ini adalah responden yang memiliki minat beli terhadap telepon seluler merek iPhone dan berusia lebih dari 17 tahun, namun ada beberapa responden yang pada saat mengisi kuesioner tidak sesuai dengan ketentuan yang telah ditentukan dalam penelitian ini, yaitu berusia kurang dari 17 tahun.

## 5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah dijelaskan sebelumnya, saran yang dapat diberikan untuk pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan (Produsen Merek iPhone)
  - a. Pada variabel persepsi kualitas indikator PK 8 yang berisi pernyataan bahwa responden sering mempertanyakan kualitas telepon seluler merek iPhone, memiliki nilai *mean* terendah yaitu 3,31. Hal ini mengindikasikan jika responden masih ada yang mempertanyakan kualitas telepon seluler merek iPhone mengingat harganya yang tidak murah, maka dari itu sebaiknya perusahaan melakukan promosi yang lebih luas lagi terutama pada promosi kualitas dari telepon seluler merek iPhone.
  - b. Apabila dibandingkan dengan variabel bebas lainnya, variabel

loyalitas merek memiliki nilai rata-rata *mean* terendah yaitu 3,18. Artinya, perusahaan harus bekerja ekstra untuk mendapatkan loyalitas merek dari responden. Mengingat harga iPhone yang tidak murah, sehingga banyak responden yang kurang loyal terhadap merek iPhone.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Sebaiknya dilakukan penambahan variabel bebas dalam penelitiannya agar lebih mengeksplorasi hasil penelitian dalam minat beli.
- b. Kriteria responden sebaiknya ditentukan secara detail (pekerjaan, usia, lokasi penelitian yang diambil), sehingga mampu mewakili karakteristik sampel yang diinginkan secara akurat.
- c. Peneliti selanjutnya sebaiknya lebih memperkaya teori-teori dari rujukan lain yang berkaitan dengan kesadaran merek, persepsi kualitas, loyalitas merek serta minat beli.

## DAFTAR RUJUKAN

- Aaker, David A. 2004. *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. NY: Free Press, New York.
- \_\_\_\_\_. 2004. *Marketing Research*. Toronto: John Wiley & Sons.
- Afan Ikhsan. 2008. *Metodologi Penelitian: Akuntansi Keperilakuan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ambadar Jackie, Abidin Miranty, Issa Yanty. 2007. *Mengelola Merek*. Jakarta: Yayasan Bina Karya Mandiri.
- Christina Whidya Utami. 2006. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Darmadi Duriyanto, Sugiaerto dan Tony. 2001. *Strategi Penaklukan Pasar melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Erna Ferrinadewi. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Fandy Tjiptono dan Chandra, Gregorius. 2005. *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: C.V ANDI AFFSET.
- \_\_\_\_\_. 2011. *Manajemen & Strategi Merek*. Yogyakarta: C.V ANDI AFFSET
- Freddy Rangkuti. 2000. *Measuring Customer Satisfaction: Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Plus Analisis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Gellar Mega Kusuma. 2013. "Pengaruh Persepsi Kualitas, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil MPV Toyota Kojang Innova di Surabaya". Skripsi tidak diterbitkan, STIE Perbanas Surabaya.
- Hsin Kuang Chi. 2009. "The Impact of Brand Awareness on Consumer Purchase Intention: The Mediating Effect of Perceived Quality and Brand Loyalty". *Journal of International Management Studies*. Volume 4. Number 1. pp. 135-144.
- <http://www.topbrand-award.com> (Diakses tanggal 17 April 2014)
- <http://id.wikipedia.org/wiki/IPhone> (Diakses tanggal 17 april 2014)
- <http://www.deskripsi.com/gadget/iphone> (Diakses tanggal 17 April 2014)

Imam Ghozali. 2006. *Analisis Multivariate Lanjutan dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

\_\_\_\_\_. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS versi 20*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

\_\_\_\_\_. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS versi 21 Update PLS Regresi*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Imran Khan, Tauqir Ahmad Ghauri and Salman Majeed. 2012. "Impact of Brand Related Attributes on Purchase Intention of Customers: A Study About The Customers of punjab, Pakistan". *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business*, Vol. 4, No 3, 194-200.

Iramani. 2012. Modul Statistika 2. STIE Perbanas. Surabaya

Juliansyah Noor. 2011. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.

kbbi.web.id (Diakses tanggal 27 November 2014)

Kotler, Philip, Swee Hoon Ang, Siew Meng Leong dan Chin Tiong Tan. 2000. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Buku Satu. Yogyakarta: C.V ANDI AFFSET.

Liu, Weining, Lan-Yun Chang, and Jing-Ru Lin. 2012. "Consumer Lifestyle Matters: Evidence from Gray Markes in China". *Journal of Servis Science and Managemen*. Vol. 5. pp. 196-205.

Malhotra, Naresh. 2005. *Riset pemasaran Pendekatan Terapan*. Edisi Keempat. Jakarta: Indeks.

\_\_\_\_\_. 2007. *Marketing Research: An Applied Orientation*. New Jersey: Pearson Education.

Moch. Ronni Noerirawan. 2012. "Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan". Skripsi diterbitkan, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

Mowen, Jon C. & Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*, alih bahasa Lina Salim. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Muhammad Irfan Tariq. 2013. "Customer Perception about Branding and Purchase Intention: A Study of FMCG in an Emerging Market". *Journal*

*of Basic and Applied Scientific Research*. 3(2) pp.340-347.

- Niken Ayu Nurmaula Az-Zahra. 2014. "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Loyalitas Merek terhadap Minat Beli Batik Danar Hadi di Surabaya". Skripsi tidak diterbitkan, STIE Perbanas Surabaya.
- Nugroho Setiadi. 2003. *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Rosady Ruslan. 2010. *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sigit Subiyantoro. 2014. "Pengaruh Penggunaan Selebriti dalam Iklan, Citra Merek, dan Kesadaran Merek terhadap Niat Beli Konsumen Top Coffee di Gresik". Skripsi tidak diterbitkan, STIE Perbanas Surabaya.
- Simamora, Bilson. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sitinjak, Tony, 2006. "Kinerja Citra, Sikap dan Ekuitas Merek, Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN di Jakarta", *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, Vol.13.
- \_\_\_\_\_, Tumpal JRS. 2005. "Pengaruh Citra Merek dan Sikap Merek Terhadap Ekuitas Merek", *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, Vol.12, No.2.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- SWA no.16/XXV/27 Juli-5 Agustus 2009
- Tatik Suryani. 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Graha Ilmu
- \_\_\_\_\_. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet: Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Tong, Xiao dan Jana M. Hawley. 2007. "Measuring Customer-Based Brand Equity: Empirical Evidence From Sportware Market In China". *Journal of Product & Brand Management* 18/4. pp. 262-271.
- Uma Sekaran. 2006. *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.

Vanessa Gaffar. 2007. *CRM dan MPR Hotel*. Bandung: Alfabeta.

Yasin Muhammad. 2013. *Brand Love: Mediating Role in Purchase Intentions and Word-of-Mouth*. University Islamabad, Pakistan.