

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil yang didapatkan pada bab 4 penelitian ini maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Citra Merek berpengaruh signifikan positif terhadap Niat Beli krim pemutih Ponds di Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa saat Citra Merek semakin meningkat maka akan berdampak signifikan pada peningkatan Niat Beli krim pemutih Ponds.
2. Iklan berpengaruh signifikan positif terhadap Niat Beli krim pemutih Ponds di Surabaya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa saat Iklan yang ditawarkan semakin menarik, semakin meningkat maka akan berdampak signifikan pada peningkatan Niat Beli krim pemutih Ponds.
3. Kualitas produk berpengaruh signifikan positif terhadap Niat Beli krim pemutih Ponds di Surabaya. Dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk yang dirasakan konsumen ini berdampak signifikan pada meningkatnya Niat Beli krim pemutih Ponds.
4. Citra Merek, Iklan, dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan positif terhadap Niat Beli krim pemutih Ponds di Surabaya. Hasil penelitian ini menandakan bahwa keseluruhan

variabel secara simultan berdampak signifikan terhadap Niat Beli krim pemutih Ponds di Surabaya

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa keterbatasan yang dimiliki dalam penelitian ini. Keterbatasan tersebut antara lain:

1. Ada responden yang menolak untuk mengisi kuesioner
2. Kurangnya penjelasan yang dipaparkan oleh peneliti terhadap kuesioner yang diberikan ke responden yaitu tidak adanya pertanyaan terbuka yang terkait dengan alasan mengapa responden lebih memilih variabel bebas Kualitas Produk daripada memilih variabel bebas Citra Merek dan Iklan.

## **5.3 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat dikembangkan beberapa saran sebagai pihak-pihak berkepentingan dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat diberikan peneliti berdasarkan hasil yang didapat adalah :

1. Pentingnya upaya produsen Ponds untuk meningkatkan Citra Merek dengan terus mempertahankan Citra Merek yang ada saat ini, bahkan bisa meningkatkan lebih banyak varian lagi krim pemutih Ponds.
2. Pihak Ponds diharapkan untuk beriklan secara lebih menarik berbagai media guna memperkenalkan yang belum pernah dan mengingatkan

yang sudah pernah menggunakan produk krim pemutih Ponds agar masyarakat akan membeli krim pemutih Ponds setelah melihat Iklan.

3. Pihak Ponds terus menjaga atau mempertahankan bahkan meningkatkan Kualitas Produk dengan memilih krim pemutih Ponds yang memiliki kualitas yang baik.
4. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat menambahkan ataupun memasukkan variabel bebas lain untuk mengetahui lebih banyak variabel bebas yang dapat mempengaruhi Niat Beli.

## DAFTAR RUJUKAN

- Agus Hermawan. 2012. *Komunkasi Pemasaran*. Jakarta. Erlangga
- Ali, Hasan, 2013. *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Jakarta. PT. Buku Seru.
- Anwar Sanusi. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Elisabeth, Desi, Arista 2011, *Analisis Pengaruh Iklan, Brand Trust, Brand Image, Terhadap Niat Beli Konsumen Telkom Speedy*, Semarang.
- Fandy Tjiptono. 2011. *Manajemen dan Strategi merek*. Yogyakarta: CV.ANDI OFFSET
- Imam Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Cetakan V. Penerbit : Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- \_\_\_\_\_.2013.*Aplikasi Analisi Multivariate dengan Program IBM SPSS 21Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Jogiyano. 2011. *Pedoman Survey Kuisoner: Mengembangkan KUISONER, mengatasi bias dan Meningkatkan respon*. BPFE Yogyakarta.
- Kotler, Philip, dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Morrison, 2012. *Periklanan "Komunikasi pemasaran terpadu"*. Jakarta: KENCANA PRENADA MEDIA GROUP.
- Muhammad Irfan Tariq, Muhammad Rafay Nawaz, Muhammad Musarrat Nawaz, Hashim Awais Butt 2013 “Customer Perceptions about Branding and Purchase Intention : A Study of FMCG in an Emerging Market”.
- Rosady Ruslan. 2010. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Siti Nurafiah Jaafar, Pan Eip Lalp, Mohaini Mohammed@Naba 2013 Consumer's Perceptions, Attitudes and Purchase Intention towards Private Label Food Products in Malaysia. *Asian Journal of Bussines and Management Science* Vol.2 No 8 (73-90)

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Tatik Suryani. 2013, *Perilaku Internet Di era Internet: Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Edisi I. Graha Ilmu, Yogyakarta.

Tony Wijaya. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT Indeks.

[www.101kesehatan.blogspot.com](http://www.101kesehatan.blogspot.com)

[www.drandini.wordpress.com](http://www.drandini.wordpress.com)

[www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com)

[www.unilever.co.id](http://www.unilever.co.id)