

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil dan analisa serta pengujian yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  yang terdapat pengaruh signifikan positif Citra Merek terhadap Niat Beli calon pengguna handhpone android Smartfren di Surabaya. Sehingga hipotesis yang peneliti ajukan terbukti kebenarannya.
2. Berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  yang terdapat pengaruh signifikan positif Kualitas Produk terhadap Niat Beli calon pengguna handhpone android Smartfren di Surabaya. Sehingga hipotesis yang peneliti ajukan terbukti kebenarannya.
3. Berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  yang terdapat pengaruh signifikan positif Harga terhadap Niat Beli calon pengguna handhpone android Smartfren di Surabaya. Sehingga hipotesis yang peneliti ajukan terbukti kebenarannya.
4. Variabel Harga merupakan variabel yang berpengaruh signifikan positif dan dominan terhadap variabel Niat Beli calon pengguna handphone Android Smartfren di Surabaya.

## 5.2 Keterbatasan

Dalam penyusunan penelitian ini masih sangat banyak terdapat keterbatasan dan kekurangan antara lain :

1. Sulit mendapatkan izin dari pemilik toko penjual handhpone android Smartfren untuk proses pengumpulan data yaitu penyebaran kuisisioner karena pemilik tidak ingin mengganggu kenyamanan konsumen.
2. Beberapa responden ketika mengisi kuesioner tidak diisi dengan lengkap.

## 5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat disarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
  - a. Pada variabel Citra Merek, handhphone android perlu memperbanyak kegiatan promosi, karena cara tersebut mampu membangun merek menjadi lebih kuat, sehingga menjadi *top of mind* di dalam konsumen. Di dalam kegiatan promosi sebaiknya disebutkan jenis maupun type dan spesifikasi handhphone android Smartfren jadi bukan hanya modemnya. Harus lebih memperkenalkan logo dengan cara promosi menggunakan media cetak seperti brosur, koran dan majalah handhphone.
  - b. Pada variabel Kualitas Produk, handhphone android Smartfren dapat di sesuaikan dengan berbagai macam type dan spesifikasinya masing-masing akan tetapi dijelaskan lebih sepsifik antara type satu dengan lainnya.

- c. Pada variabel Harga, harga yang ditawarkan disesuaikan dengan kualitas, fitur yang ada pada setiap type Handphone android smartfren.
2. Bagi Peneliti Lain
    - a. Adapun saran bagi peneliti lain yaitu lebih memperhatikan variabel-variabel lain diluar model dalam penelitian ini yang memiliki dampak pada Niat Beli konsumen.
    - b. Memperbaiki instrumen penelitian dengan menambah jumlah pernyataan pada indikator dan menambahkan variabel lain serta mempelajari terlebih dahulu karakteristik subyek maupun obyek penelitian agar mendapatkan hasil yang lebih spesifik.

## DAFTAR RUJUKAN

- Fandy Tjiptono. 2009. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta , Penerbit Andi.
- \_\_\_\_\_. 2011, *Menejemen Dan Strategi Merek*. C.V Andi Affset: Yogyakarta
- Hsiang-Ming Lee, Ching-Chi Lee, Cou\_Chen Wu. 2011. “Brand Image Strategy Affects Brand Equity After M&A” *European Journal Of Marketing* (September) Pp. 1091-111
- Imam Ghozali. 2013. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi Dengan Program AMOS 21.0*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- \_\_\_\_\_. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progam IBM SPSS 21*.Edisi 7.Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Jalilvand, Mohammad Reza, Neda Samiei Dan Seyed Hessamaldin Mahdavinia. 2011. The Effect Of Brand Equity Components On Purchase Intention. *International Business And Management*. Vol 2. Number 2. 2011. Pp 149-158
- Juliansyah Noor. 2011. *Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Kotler, Philip Dan Gary, Amstrong. 2010. *Principles of Marketing*. Diterjemahkan oleh Imam Nurmawan. Jakarta. Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid II. Edisi Kesebelas. Diterjemahkan oleh Benyamin Molan. Jakarta. : Indeks
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2013. *Marketing Management*. 14<sup>th</sup> Edition. England : Pearson
- Muhammad Irfan Tariq, Muhammad Rafay Nawaz, Muhammad Mussarat Nawas, Hashim Awais Butt. 2013. “*Customer Perceptions About Branding And Purchase Intention*”
- Malhotra, Naresh K. 2009. Riset Pemasaran. Edisi Keempat Indeks.
- Rosady, Ruslan. 2010. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi, Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta : Rineke Cipta
- Sekaran, Uma. 2009. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta Salemba Empat

Sekaran, Uma dan Roger Bougie. 2013. *Research Methods for Business : A Skill-Building Approach*. 6<sup>th</sup> Edition. United Kingdom : John Wiley & Sons

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta

Swastha, Basu Dh. 2006. *Manajemen Penjualan* Yogyakarta: Penerbit

Tatik Suryani. 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen Di Era Internet: Implikasinya Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu

[www.Tekno.Kompas.Com](http://www.Tekno.Kompas.Com) (Diakses Pada Tanggal 22 Maret 2015)

[www.Topbrand-Award.Com](http://www.Topbrand-Award.Com) (Diakses Pada Tanggal 23 Maret 2015)

[www.Tempo.Co](http://www.Tempo.Co) (Diakses Pada Tanggal 23 Maret 2015)