

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada penelitian ini peneliti bermaksud untuk mengetahui apakah iklan memiliki hubungan dengan keputusan pembelian dan juga apakah citra merek memiliki hubungan dengan keputusan pembelian. Adapun hasil yang didapatkan setelah menyelesaikan seluruh pengujian sebagai berikut :

1. Ada hubungan antara iklan dengan keputusan pembelian HP Samsung oleh *driver* Gojek di kota Madiun.
2. Tidak ada hubungan citra merek dengan keputusan pembelian HP Samsung oleh *driver* Gojek di kota Madiun.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hanya iklan yang memiliki hubungan dengan keputusan pembelian HP Samsung oleh *driver* Gojek di kota Madiun.

B. Saran

Pada proses pembuatan hasil penelitian ini, peneliti mengajukan beberapa saran yang dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pembaca dan peneliti selanjutnya sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan HP Samsung

Sebagaimana hasil penelitian ini bahwa citra merek tidak memiliki hubungan dengan keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa ada baiknya jika perusahaan mampu meningkatkan kualitas performansi HP

Samsung serta menampilkan model dan inovasi terbaru dari HP Samsung sehingga akan mempengaruhi citra dari HP Samsung itu sendiri.

2. Bagi Toko Handphone

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek tidak memiliki hubungan dengan keputusan pembelian, sehingga ada baiknya jika Toko Handphone mampu membuat promosi yang lebih kreatif dan intens lagi serta memberikan informasi lebih banyak kepada konsumen yang berhubungan dengan produk yang dijual.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek tidak memiliki hubungan dengan keputusan pembelian sehingga ada baiknya bagi peneliti selanjutnya untuk menggunakan variabel lain sebagai pengganti citra merek yang mampu menunjukkan suatu hubungan maupun pengaruh dengan keputusan pembelian. Selanjutnya peneliti lebih memperhatikan variabel pengganggu yang akan menjadi penyebab *human error* dan peneliti selanjutnya bisa menambahkan metode penelitian lain seperti wawancara maupun observasi untuk memperdalam hasil dari skala.

DAFTAR PUSTAKA

- Agista, Y. (2016). *Pengaruh Televisi Celebrity Endorse Terhadap Pembelian Impulsif pada Remaja* (Skripsi). Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Sanata Dharma.
- Arifin, A. (2012). *Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pasta Gigi Pepsodent di Kota Makassar* (Skripsi). Makassar: Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin.
- Ayuningtyas, S. (2013). *Persepsi Siswa Terhadap Kinerja Guru di SMK N 2 Wonosari* (Skripsi). Yogyakarta: Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ayuwuragil, K (2018). IDC: Samsung Dominasi Ponsel Murah dan Menengah di 2017. *CNN Indonesia* [on-line]. Dipublikasikan pada tanggal 05 Mei 2018 dari <https://m.cnnindonesia.com/teknologi/20180305182350185280658/idc-samsung-dominasi-ponsel-murahdanmenengah-di-2017>
- Azwar, S. (1999). *Penyusunan Skala Psikologi*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Baihaki, I. (2012, Agustus). *Sejarah Perkembangan Handphone Pintar Samsung*. *Berita Teknologi* [on-line]. Dipublikasikan pada tanggal 27 Agustus 2012 dari <https://www.beritateknologi.com/sejarah-perkembangan-handphone-pintar-samsung/>
- Cara Uji Korelasi Kendall's tau-b (Data Ordinal) dengan SPSS Lengkap. (2019, Januari). Dipublikasikan pada Januari 2019 dari <https://www.spssindonesia.com/2019/01/cara-uji-korelasi-kendalls-dengan-spss.html?m=1>
- Darwis, E. (2017). *Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza pada PT. Hadji Kalla Cabang Alaudin Makassar* (Skripsi). Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alaudin Makassar.
- Desiarista, E & Sri, R.A. (2011). Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen. *Aset*, 13, 37-45.

- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek & Psikologi Konsumen : Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Surabaya: Graha Ilmu.
- Fitri, I. (2017). *Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ditinjau dalam Persektif Ekonomi Islam* (Skripsi). Lampung : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung.
- Fitriani, D.W., Achmad, F.DH., Edy, Y. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Faktor Psikologis dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* , 50(1), 25-30.
- Godam64. (2014, September). Kegunaan/Fungsi/Manfaat Handphone Smartphone Bagi Manusia. *Ilmu Pengetahuan* [on-line]. Dipublikasikan pada tanggal 24 September 2014 dari <http://www.organisasi.org/1970/01/kegunaanfungsi-manfaat-handphonesmartphone-bagi-manusia.html#.XM8InOgzBIU>
- Hidayati, T.A., Suharyono., & Dahlan, F. (2013). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* , 2(1), 162 -171.
- HP Gacor Buat Gojek Tanpa Root, Ramai Dipakai. *Info Kerjaku* [on-line]. Diakses pada tanggal 15 Mei 2019 dari <https://infokerjaku.com/hp-gacor-buat-gojek-tanpa-root/>.
- Inilah Merek dengan Belanja Iklan Terbesar di Media Konvensional. (2018, Januari). *Dkatadata* [on-line]. Dipublikasikan pada tanggal 1 Januari 2018 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/01/inilah-merek-dengan-belanja-terbesar-di-media-konvensional>
- Junita, S. (2015). *Hubungan Brand Image dengan Pengambilan Keputusan Pembelian Iphone Series* (Skripsi). Salatiga: Fakultas Psikologi Universitas Kristen Satya Wacana.
- Khoirunnisa. (2018, September). IDC : To 5 Vendor Smartpphone di Indonesia Q2 2018. *Selular.ID* [on-line]. Dipublikasikan ada tanggal 7 September 2018 dari <https://selular.id/2018/09/idc-top-5-vendor-smartphone-di-indonesia-q2-2018/>

- Khusnaeni, N.L.,Edy,y., & Sunarti. (2017). Pengaruh Iklan Terhadap Sikap Konsumen Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* , 47(2), 49-56.
- Kristo, F.Y. (2017, Agustus). Awal Mula Transportasi Online Menjamur di Indonesia. *Detikinet* [on-line]. Dipublikasikan pada tanggal 22 Agustus 2017 dari <https://m.detik.com/inet/cyberlife/d-3609881/awal-mula-transportasi-online-menjamur-di-indonesia>.
- Kurniawan, R.V (2017, 10 Juli). Layanan Ojek Online Gojek Hadir di Madiun. *Rikaverrykurniawan.com* [on-line] diakses pada tanggal 15 Mei 2019 dari <https://www.google.com/amp/rikaverrykurniawan.com/2017/07/10/layanan-ojek-online-gojek-hadir-di-madiun/amp/>.
- Librianty, A. (2018, Februari).Samsung Kuasai 21 Persen Pasar Smartphone 2017. Liputan 6 [on-line]. Dipublikasikan pada tanggal 5 Februari 2018dari <https://www.liputan6.com/teknoread/3253230/samsung-kuasai-21-persen-pasar-smartphone-2017>
- Moly, V. (2014). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia. *e-Journal Psikologi* , 2(2), 258-268.
- Malik, M. E., dkk. (2013). Impact of Brand Image and Advertisement on Consumer Buying Behavior. *World Applied Sciences Journal*, 23 (1), 117-122.
- Muchta, A. (2017, 11 Oktober). 9 Syarat Menjadi *Driver* Gojek (Ternyata Mudah). *AutoExpose* [on-line]. Diakses pada tanggal 14 Mei 2019 dari<https://www.autoexpose.org/2017/11/syarat-menjadi-driver-gojek.html?m=1>.
- Nurfaidah, I. (2016). *Pengaruh Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada Minimarket di Kota Makassar* (Skripsi). Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
- Pallant, J. (2007). *SPSS Survival Manual A Step by Step Guide to Data Analysis using SPSS for Windows third edition*. Australia : Open University Press

- Permatasari, Y.R., Achmad, f., & Edy, Y. (2014). Pengaruh Periklanan terhadap Faktor Psikologis yang Berdampak terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 1-7.
- Prawesti, F.L. (2016). *Faktor - Faktor yang Membentuk Brand Image Iphone Menurut Persepsi Konsumen* (Skripsi). Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma.
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Puspitaningrum, R. (2018). *Studi Deskriptif Eksploratif Minat Siswa SMA Melanjutkan Pendidikan ke Perguruan Tinggi di SMAN 1 Sukomoro* (Skripsi). Madiun: Fakultas Psikologi Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.
- Putra, A. (2017). Pengaruh Iklan dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Studi pada Texas Chicken Pekanbaru .4(1). Riau: JOM FISIP.
- Ratnaningrum, H. (2016). *Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Pembelian Bahan Bakar Minyak Jenis Pertalite di Kota Yogyakarta* (Skripsi). Yogyakarta : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Roosyada, A. (2011). *Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Membeli dan Brand Image Produk Minute Maid Pulpy Orange* (Skripsi). Semarang: Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang.
- Sejarah Awal Berdirinya Gojek Hingga Jadi Ojol Terbesar. (2018, Agustus). Mang Cara [on -line]. Dipublikasikan pada tanggal 27 Agustus 2018 dari mangcara.com/sejarah-awal-berdirinya-gojek-hingga-jadi-ojol-terbesar/
- Setiadi, N.J (2003). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : Kencana

- Setiawaty, N.A. (2017). Pengaruh Iklan, Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Samsung Galaxy Series (Studi Kasus Mahasiswa/i Universitas Gunadarma Depok). 22(1), 47 -56.
- Siagian, I.F. (2017). *Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha New V- Ixion di Kota Kendari* (Skripsi). Kendari: Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Halu Oleo.
- Sivanesan, R. (2014). Impact of Brand Image and Advertisement on Consumer Buying Behavior-Comparative Study on Rural and Urban Consumers. *International Journal of Research in Management & Business Studies*. 1(1), 73-80.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* . Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2014). *Statistika Non Parametrik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sumarno, E. (2011). *Pengaruh Iklan dan Citra Merek Honda Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy* (Skripsi). Padang: Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi III*. Yogyakarta: ANDI.
- Triawan, A. (2010). *Hubungan Antara Sikap dan Keputusan Membeli Produk Merek Lokal pada Konsumen* (Skripsi). Jakarta: Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Ulum, M. (2017). *Pengaruh Iklan Media Cetak dan Online Terhadap Minat Memilih Perguruan Tinggi IBI Darmajaya Pada Siswa/I Kelas XII SMA Sederajat di Kota Terpadu Mandiri (KTM) Mesuji Timur* (Skripsi). Lampung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

Utami, D. (2007). *Pengaruh Penggunaan Daya Tarik Emosional dan Rasional Secara Bersamaan dalam Iklan Cetak terhadap Citra Merek pada Remaja Akhir Perempuan* (Skripsi). Semarang: Fakultas Kedokteran Universitas Diponegoro.

Veronika. (2016). *Pengaruh Iklan dan Brand Image terhadap Minat Beli Konsumen, dengan Brand Image sebagai Variabel Mediasi*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma.