

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan, maka dapat disimpulkan hasil penelitian sebagai berikut ini.

1. Persamaan Regresi Linear Berganda.

$$Y = 0,753 + 0,449 X_1 + 0,358X_2$$

artinya nilai konstanta sebesar 0,753 menunjukkan bahwa nilai variabel minat beli adalah sebesar 0,753 bila variabel *brand image* dan promosi dianggap nol. Nilai koefisien variabel *brand image* sebesar 0,449, nilai koefisien promosi sebesar 0,358.

2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Nilai  $R^2$  sebesar 0,510 yang artinya 51% perubahan minat beli disebabkan oleh *brand image* dan promosi secara bersama-sama dan 49% disebabkan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

3. Hasil Uji t

a. *Brand image* berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen, hal ini ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $5,539 > t_{tabel}$  sebesar 1,660.

b. Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen, hal ini ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $5,262 < t_{tabel}$  sebesar 1,660.

**B. Saran**

Dengan memperhatikan kesimpulan peneliti, maka saran yang diajukan untuk penelitian selanjutnya dengan topik yang sejenis disarankan untuk meneliti di dealer Honda agar hasilnya dapat menambah variabel dengan lebih baik dan menambah jumlah populasi penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, Dita. 2011. Pengaruh Promosi dan *Brand Image* (Citra Produk) Terhadap Minat Pembelian Produk Pepsodent di Ramayana Plaza Jalan Aksara Medan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 3 No 3. Hal 221-223. Universitas negeri Medan.
- Abdulahak, Ishak. 2008. *Metodologi Pembelajaran pada Pendidikan Orang Dewasa*. Bandung: Penerbit Cipta Intelektual.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktis*. Edisi Revisi V. Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Ariestonandri, Prima. 2006. *Marketing Research for Beginner*. Yogyakarta: Andi.
- Abdulahak, Ishak. 2008. *Metodologi Pembelajaran pada Pendidikan Orang Dewasa*. Bandung: Penerbit Cipta Intelektual.
- Arista, Desi dan Sri Rahayu Astuti. 2011. Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Asset* ISSN 1693-928X Hal 37-45. Universitas Diponegoro.
- Boyd, Walker dan Larreche. 2000. *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*, Edisi Kedua. Jakarta: Erlangga
- Esthi Dwityanti. 2008. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen terhadap Layanan Internet Banking Mandiri (Studi Kasus Pada Karyawan Departemen Pekerjaan Umum Jakarta). *Tesis. Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana: Universitas Diponegoro Semarang*.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- <http://autos.okezone.com/read/2014/03/06/53/951171/honda-lepas-432-950-motor-di-februari-2014>. Diakses tanggal 29 November 2014.
- <http://pertamax7.com/2014/04/09/astra-honda-motor-kuasai-penjualan-sepeda-motor-kuartal-1-2014-sebesar-63-naik-dari-periode-sebelumnya-disusul-yamaha-31-dan-suzuki-4/>. Diakses tanggal 29 November 2014.
- <http://www.astra-honda.com/> Diakses tanggal 29 November 2014.

<https://junaidichaniago.wordpress.com/2010/04/21/download-tabel-t-untuk-d-f-1-200/> Diakses 1 Desember 2014

Ghozali, Imam. 2006. *“Aplikasi Analisis Multivariate dengan Dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.

Hariyono. 1995. *Mempelajari Sejarah Secara Efektif*. Jakarta: PT. Dunia Pustaka.

Jogiyanto. 2010. *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE.

Kinney, Thomas C., dan James R. Taylor, (1995), *Riset Pemasaran*, Dialihbahasakan oleh Yohanes Lamarto, Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1 Alih Bahasa Alexandre Sindoro. Jakarta: Prehalindo.

Kotler, Philip dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jakarta: Erlangga.

Kuncoro, Mudrajat. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Nani, Prescilia. 2012. Pengaruh Iklan, *Brand Trust*, dan *Brand Image* terhadap Minat Beli Konsumen WiGo 4G WiMax PT BERCA HADAYA PERKASA di Kota Balikpapan. *Tesis tidak diterbitkan*. Fakultas Ekonomi Universitas Mulawarman.

Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis* Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Gajahmada.

Pujadi, Bambang. 2010. Studi Tentang Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Melalui Sikap terhadap Merek (Kasus pada Merek Pasta Gigi Ciptadent di Semarang). *Tesis tidak diterbitkan*. Magister Manajemen Pascasarjana: Universitas Diponegoro.

Setiadi, Nugroho J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Cetakan Kedua. Jakarta: Prenata Media.

Simamora, Bilson. 2000. *Remarketing for Business Recovery*. Cetakan Pertama. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

. 2002. *Panduan Riset Pelaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. 1997. *Statistik untuk penelitian*. Cetakan pertama. Bandung: CV Alfabeta.

\_\_\_\_\_. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.

Suhandang. 2008. *Periklanan Manajemen Kiat dan Strategi*. Bandung: Nuansa.

Sutisna dan Pawirtra. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Swastha Basu. 1990. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Tjiptono, Fandy. 1999. *Strategi Bisnis dan Manajemen*. Yogyakarta: Andi

\_\_\_\_\_. 2001. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.