

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh *Price discount framing*, dan Citra Merek terhadap Niat Beli di Ramayana Palembang dengan Persepsi Konsumen sebagai variabel intervening sebagai berikut:

1. *Price discount framing* berpengaruh signifikan terhadap Niat Beli di Ramayana Palembang, maka dapat dikatakan hipotesis diterima, hal ini berarti bahwa variabel *Price discount framing* dapat mempengaruhi Niat Beli di Ramayana Palembang.
2. Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Niat Beli di Ramayana Palembang, maka dapat dikatakan hipotesis diterima, hal ini berarti bahwa variabel Citra Merek dapat mempengaruhi Niat Beli di Ramayana Palembang.
3. *Price discount framing* berpengaruh signifikan terhadap Persepsi Konsumen, maka dapat dikatakan hipotesis diterima, hal ini berarti bahwa variabel *Price discount framing* dapat mempengaruhi Persepsi Konsumen.

4. Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Persepsi Konsumen, maka dapat dikatakan hipotesis diterima, hal ini berarti bahwa variabel Citra Merek dapat mempengaruhi Persepsi Konsumen.
5. Persepsi Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Niat Beli di Ramayana Palembang, maka dapat dikatakan hipotesis diterima, hal ini berarti bahwa variabel Persepsi Konsumen dapat mempengaruhi Niat Beli di Ramayana Palembang.
6. Persepsi Konsumen memediasi pengaruh *Price discount framing* terhadap Niat Beli di Ramayana Palembang. Berdasarkan uji mediasi pada pembahasan, menunjukkan bahwa Persepsi Konsumen dapat memediasi hubungan antara *Price discount framing* terhadap Niat Beli di Ramayana Palembang.
7. Persepsi Konsumen memediasi pengaruh Citra Merek terhadap Niat Beli di Ramayana Palembang. Berdasarkan uji mediasi pada pembahasan, menunjukkan bahwa Persepsi Konsumen dapat memediasi hubungan antara Citra Merek terhadap Niat Beli di Ramayana Palembang.

B. Saran

Setelah penulis melakukan penelitian dan pembahasan maka penulis memberikan saran yang mungkin dapat digunakan sebagai masukan untuk mengetahui kekurangan yang ada, yaitu:

1. Diharapkan pihak perusahaan diharapkan dapat memberikan dan menyampaikan diskon untuk menyebarkan informasi harus lebih aktif.
2. Bagi peneliti selanjutnya mencari penelitian terdahulu yang terbaru dan relevan, sehingga penelitian terdahulu yang digunakan oleh peneliti selanjutnya lebih up to date, karena peneliti masih menggunakan penelitian terdahulu dengan tahun penelitian terbaru adalah 2006.

DAFTAR PUSTAKA

- Africano, Fernando. (2020). *Ekonometrika Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Palembang : Noer Fikri
- Agmeka, Fanni., Ruhmaya Nida Wathoni., & Adhi Setyo Santoso. (2019). *The Influence of Discount Framing towards Brand Reputation and Brand image on Purchase Intention and Actual Behaviour in e-commerce*. President University, Cikarang 17550, Indonesia
- Ajzen, I, Netemeyer, R, Ryn, M. Van, “*The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes 50*”, 1991
- Alamsyah, Bahtiar., & Endang Ruswanti. (2017). *Faktor-faktor yang memperngaruhi niat membeli produk asuransi jiwa Sinarmas di kota Tangerang*. Media Manajemen Jasa ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper), Vol.4 No.1, Januari – Juni 2017, Jurnal Online Internasional & Nasional
- Alhamdu. (2016). *Analisis Statistika dengan Program SPSS*. Palembang : Noer Fikri
- Al-Jarjawi, Syekh Ali Ahmad & Hikmah At-Tasyri’ wafalsafatuhu diterjemahkan Faisal Saleh dkk. (2006). *Indahnya Syariat Islam Cet:1*. Jakarta : Gema Insani Press
- Arifin, Zainul. (2006). *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta : Pustaka Alvabet

- Arini, Putu Ema., & Ida Bagus Sudiksa. (2019). *Persepsi konsumen memediasi pengaruh positif brand image terhadap niat beli konsumen pada Pie Susu Asli Enaaak di Kota Denpasar*. E-Jurnal Manajemen Unud. Vol. 8. No. 3.: 1665 -1695, ISSN: 2302-8912
- Ariyanti, Kurnia., & Sri Setyo Iriani. (2014). *Pengaruh Persepsi Nilai dan Persepsi Resiko terhadap Niat Beli Kosmetik Organik*. Jurnal Ilmu Manajemen, Volume 2 Nomor 4 Oktober 2014
- Augusty, Ferdinand.(2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. *The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations*. Journal of Personality and Social Psychology. Vol. 51, No. 6, pg 1173-1182. American Psychological Association, Inc. 1986
- Basuki, Agus Tri & Nano Prawoto. (2017). *Analisis Regresi Linier dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers
- Bimo, Walgito. (2010). *Pengantar Psikolog Umum*” Yogyakarta: C.V Andi Offset
- Darmawan, Didit., Rahayu Mardikaningsih., Samsul Arifin., & Mila Hariani. (2019). *Upaya Memperkuat Citra Ramayana Departement Store Melalui Promosi Penjualan dan Periklanan*. Jurnal Ilmu-Ilmu Ekonomi, Volume 12 Nomor 1 Tahun 2019
- Foster, Bob. (2008). *Manajemen Ritel*. Bandung : Alfabeta
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro

- Gumelar, Charis. (2016). *Pengaruh Price discount framing (Nominal Persentase dan Teks) Terhadap Niat beli Yang Dimediasi Oleh Persepsi Konsumen Pada Produk Sepatu di Sport Station Malang (Studi Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang)*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya. Vol 4, No 2 2016
- Hasan, Ali. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta : CAPS (Center for Academic Publishing Service)
- Humaerah, Aisyah. (2016). *Pengaruh price discount framing dan need for cognition terhadap attitude dan intention dalam membeli tiket konser (studi kasus pada konser music harmonica)*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Vol 4. No 2
- Ikhwani, Rouzatul., & Nur Anisah. (2017). *Pengaruh Price discount framing Terhadap Keputusan Wanita Membeli Produk Pakaian Wanita di Suzuya Mall, Setui Banda Aceh*. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas FISIP, Universitas Syiah Kuala
- Isnaini, Arif. (2005). *Model dan Strategi Pemasaran*. Makassar: Ntp Press
- Jalaludin, Rakhmat. (2007). *Psikologi komunikasi*”, Bandung: Remaja Rosdakarya
- K.J. Preacher, D.D. Rucker, and A.F. Hayes, 2007.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2010). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung : CV FOKUSMEDIA
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran (13th Edition ed)* Jilid satu. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip., & Gary Armstrong. (2008). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Edisi Ke Dua Belas*. Jakarta : Penerbit Erlangga

- Kotler, Philip., & Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid satu*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip., & Kevin Lane Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketiga Belas. Jilid I dan II. Alih Bahasa Bob Sabran*. Jakarta : Erlangga
- L.G. Schiffman & L.L Kanuk. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT Index
- Ma'ruf, Hendri. (2005). *Pemasaran Ritel*", Jakarta : Gramedia Pustaka
- Manurung, Ratlan. (2014). *Analisis Jalur Path Analysis, Teori dan Aplikasi dalam Riset Bisnis*. Jakarta: Rineka Citra
- Muflih, Muhammad. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Muhajirin., & Maya Panorama. *Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Penerbit idea Press
- Noor, Juliansyah. (2011). *Metodologi Penelitian, Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Nurdin, Ali. (2013). *Pengantar Ilmu komunikasi, Cet; I*. Surabaya : IAIN SA Press
- Pandora, Meilani, Wardani, Ika Silviandari, Ika Adit, GE Money 2012. "Pengaruh Price discount framing Dan Need For Cognition Terhadap Intensi Membeli". Jurnal Universitas Brawijaya.
- Pantouw, Emanueka Jesica., & Sifried S Pangemanan Johan Tumiwa. (2017). *Pengaruh persepsi konsumen, sikap terhadap niat pembelian produk label sendiri di Indomaret Manado*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, Vol 5, No 2

- Priyatno, Duwi. (2010). *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, Mediakom, Yogyakarta
- Putri, Lily Harlina., & Srikandi Kumadji. (2014). *Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan (Studi pada monopoli cafe and resto soekarno hatta malang. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 15 No. 2*
- Putri, Luh Gede Dian Anggara., & I Putu Gde Sukaatmadja. (2018). *Peran Kepercayaan memediasi Citra Merek terhadap Niat Beli pada Produk Smartphone Samsung di Kota Denpasar*. E-Jurnal Manajemen, vol. 7, no. 5, p. 2470 - 2499, mei 2018. ISSN 2302-8912
- Rahman, Muhammad Sabbir., Md. Mahmudul Haque., & Bashir Hussain. (2012). *Brand image and its Impact on Consumer's Perception: Structural Equation Modeling Approach on Young Consumer's in Bangladesh,* Journal of Applied Sciences. Vol. 12
- Randy, Muh. Fuad. (2017). *Pengaruh Integrated Marketing Communication Terhadap Brand image Produk Indomie Pada PT. Indofood CBP Sukses Makmur TBK Makassar*. Vol 6 No 3 (2017). Jurnal BISNIS & KEWIRAUSAHAAN
- Rangkuti, Freddy. (2002). *The Power of Brands*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Sardiana, Anna., & Priliadhita Ayu. (2019). *Pengaruh Brand image, Reference Group, dan Religiosity terhadap Purchase Intention (Mahasiswa) dalam menggunakan Jasa Penbankan Syariah di Wilayah Jakarta Selatan*. JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam) - Volume 4, Nomor 2, Juli - Desember 2019

- Shakti, Diska Nabella., & Sri Zuliarni. (2019). *pengaruh price discount framing terhadap purchase intention di Ramayana Department Store, Jodoh, Batam*, Journal of Applied Business Administration Vol 3, No 1, Maret 2019, hlm. 132-147. e-ISSN:2548-9909
- Shih-Fen S, Chen., Monroe Kent B., & Lou Yung-Chien. *The Effects of Framing Price Promotion Messages on Consumer's Perceptions and Purchase Intentions*. 1998, Journal of Retailing. 74 (3). 353-72.
- Simamora, Bilson. (2005). *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Simamora, Bilson. *Riset Pemasaran*. Jakarta : Gramedia Utama
- Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Manual & SPSS*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung : CV. ALFABETA
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung : CV. ALFABETA
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press,
- Sunyoto, Danang. (2011). *Praktik SPSS Untuk Kasus*. Yogyakarta : Nuha Medika
- Sunyoto, Danang. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : CAPS

- Suriani., & Nurvita Trianasari. (2018). *Pengaruh iklan dan citra merek terhadap keputusan pembelian (Studi Kasus pada Iklan Ramayana Departemen Store)*. e-Proceeding of Management : Vol.5, No.3 Desember 2018
- Suryani dan Hendryadi, (2015). *Metode Riset Kuantitatif : teori dan aplikasi pada penelitian bidang manajemen dan ekonomi islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Swastha, Basu., & Irawan. (2008) *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Liberty
- Utami, Christina Whidya. *Manajemen Ritel : Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta : Salemba empat
- Wu, Chin & Cheng, Fei Fei. (2011). *The Joint Effect of Framing and Anchoring on Internet Buyers' Decision-Making*. Electronic Commerce Research and Applications, 10 : 358–368.
- Zulfikar. (2016). *Pasar Modal dengan Pendekatan Statistika*. Yogyakarta: Deepublish
- Winando Davinchi <https://sumsel.tribunnews.com/2019/05/19/banyak-diskon-tambahan-belanja-diramayana-pakai-fintech-ovo-dana-dan-gopay>
- Ihya Ulum Aldin <https://katadata.co.id/berita/2019/05/24/ramayana-bagi-bagi-dividen-senilai-rp-337-miliar> diakses pada 28 maret 2020