

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil analisis data penelitian pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dari nilai t_{hitung} sebesar 3,933 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,982 ($3,933 > 1,982$), nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$).
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap keputusan pembelian. Hal ini di buktikan dari nilai t_{hitung} sebesar 2,861 dan t_{tabel} sebesar 1,982 ($2,861 > 1,982$), nilai signifikansi 0,005 lebih kecil dari 0,05 ($0,005 < 0,05$).
3. Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hal ini di buktikan dari nilai t_{hitung} sebesar 1,570 dan t_{tabel} sebesar 1,982 ($1,570 < 1,982$), nilai signifikansi 0,119 lebih besar dari 0,05 ($0,119 > 0,05$).
4. Citra merek, harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan hasil di peroleh nilai f_{hitung} sebesar 21,443 $>$ f_{tabel} sebesar 2,69 dengan signifikansi 0,000 $<$ 0,05.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
 - a. Xiaomi sebagai *smartphone* dengan merek baru yang sedang dikenal masyarakat, perusahaan disarankan untuk meningkatkan citra merek yang positif, dengan cara perusahaan senantiasa selalu menjunjung tinggi merek yang sudah ada dan tetap menjaga kualitas dan kuantitas produk yang dihasilkannya tersebut, sehingga keputusan pembelian masyarakat terhadap *smartphone* xiaomi semakin tinggi.
 - b. Perusahaan *smartphone* xiaomi disarankan untuk menetapkan harga sesuai dengan fitur dan fasilitas yang di *smartphone* xiaomi, sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian.
 - c. Perusahaan *smartphone* xiaomi disarankan untuk lebih memperbaiki kualitas produk nya, sehingga dapat meningkatnya keputusan pembelian.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya, dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain sehingga dapat memberikan pengetahuan yang lebih luas lagi dalam meneliti citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan sehingga informasi yang diperoleh lebih bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2007 *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV.Alfabeta
- Amilia, Suri dan M. Oloan Asmara Nst. “*Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa*”, *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol.6 No.1, Mei 2017
- Anwar, Suroyono. 2009 *Pemahaman Individu, Observasi, Checklist, Interviu, Kuesioner dan Sosiometri*. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Assauri, Sofjan. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Basuki, Agus Tri. 2017. *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers
- Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera
- Defriansyah, Doni. Dkk, . *Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Sriwijaya Indralaya)* *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan Tahun XIII No 2*, Oktober 2016
- Dharmawati , D.Made. 2016. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Evelina, Nela. Dkk. 2012. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana TelkomFlexi (Studi Kasus Pada Konsumen Telkomflexi di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus)*, Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro
- Hidayat, Mohamad. 2010. *An Introduction to The Sharia Economic : Pengantar Ekonomi Islam*. Jakarta : Zikrul Hakim
- Imam, Ghozali. 2009 *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : UNDIP
- Keller, Kotler. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 12, Jilid 1*. PT. Indeks
- Kotler dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga

- Kotler. 2012. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Kotler, Phillip. 2009 *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2001 *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Laheba, Yitzhak Armando. Dkk, 2015. *Pengaruh Citra Merek, Fitur dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung (Studi Pada Mahasiswa FEB Unsrat Manado)*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Pagi Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Mukhaer, Widiyono. 2013 *Pengantar Bisnis Respon Terhadap Dinamika Global Edisi 2*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Mursid, M. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara
- Philip, Kotler dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Setiadi. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana
- Setiawan, Ujang. Dkk, 2015. *Pengaruh Citra Merek, Harga Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry Gemini (Studi Pada Mahasiswa Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran Semarang)* Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran Semarang.
- Sugiyono. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS
- Suntoyo, Danang. 2012. *Konsep Dasar Riset dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service

- Suryani. 2015. *Metode Riset Kuantitatif, Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana
- Suparman, Rois Arifin, 2016. *Pengaruh Citra Merek, Citra Perusahaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang)*, e – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma
- Sunyoto, Danang. 2014. *Studi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service
- Swasta, Basu dan Hani Handoko. 2010. *Manajemen Pemasaran Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPF
- Tjiptono, Fandi dan Diana, Anatasya. 2003. *Total Quality Managemen*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Umi, Narimawati. 2008 *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Agung Media
- Ubaidillah, Ahmad dan Nuraeni, *Pengaruh Kualitas Produk dan Word Of Mouth Communication terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada Toko Emas Ari Jaya*, Jurnal Ilmu Sosial dan Politik
- Widiatmoko, Galih. Dkk, 2016. *Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Kasus Mahasiswa Fisip Undip)*, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
- Wikipedi. *Xiaomi*,(online) dari (<https://id.wikipedia.org/wiki/Xiaomi>, diakses 25 Agustus 2018)
- Zainal, Veithzal Rivai. 2017. *Islamic Marketing Management*. Jakarta: Bumi Aksara
- Zaini, Ahmad Baihakki. *Analisa Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian, Uin Syarif Hidayatullah Jakarta*, Skripsi