

BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Tujuan penelitian ini menguji pengaruh kesadaran merek, asosiasi merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

a. Penelitian dilakukan pada konsumen yang melakukan pembelian kartu perdana internet IM3 Ooredoo pada Syfa Cell Madiun. Dari hasil pengujian hipotesis serta pembahasan yang sudah di jelaskan sehingga kesimpulan yang di ambil :

1. variabel kesadaran merek (X1) memberikan pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Jadi semakin tinggi kesadaran merek kartu perdana internet IM3 Ooredoo maka dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Syfa Cell Madiun.

2. Variabel asosiasi merek (X2) memberikan pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian, di buktikan bahwa asosiasi merek dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen kartu perdana internet IM3 Ooredoo pada Syfa Cell Madiun .

3. Variabel kualitas produk (X3) memberikan pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Dibuktikan bahwa kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian kartu perdana internet IM3 Ooredoo pada Syfa Cell Madiun.

b. Variabel dari penelitian ini terdiri dari kualitas kesadaran merek, asosiasi merek dan kualitas produk. Ketiga variabel tersebut mempengaruhi sebesar 79,8% terhadap keputusan pembelian kartu perdana internet IM3 Ooredoo pada Syfa Cell Madiun, sedangkan sisanya 20,2% di pengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak di jelaskan dalam penelitian.

5.2 Keterbatasan

Penelitian sudah dilakukan menurut prosedur ilmiah, tetapi masih terdapat kelemahan, seperti :

- a. Saat melakukan penelitian penyebaran kuesioner tidak disertai wawancara kepada responden, karena kondisi adanya pandemi *covid-19*.
- b. Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan hanya berjumlah 100 responden yaitu konsumen yang membeli kartu perdana IM3 Ooredoo pada satu *outlet* yaitu Syfa Cell Madiun, sedangkan masih banyak konsumen yang membeli kartu perdana internet IM3 Ooredoo pada Syfa Cell yang belum di teliti.

5.3 Saran

1. Untuk Syfa Cell

Diketahui pada saat penelitian responden yang paling banyak melakukan pembelian adalah yang berprofesi sebagai wiraswasta dan kelompok usia yang paling banyak melakukan pembelian adalah usia 17-26 tahun, maka upaya Syfa Cell untuk meningkatkan pembelian konsumen pada kartu perdana IM3 Ooredoo adalah :

- a. Diharapkan agar Syfa Cell Madiun untuk terus meningkatkan promosi dengan memberikan potongan harga sedikit lebih rendah dari pesaing hal tersebut dilakukan untuk menarik konsumen untuk menggunakan dan membeli kartu perdana internet IM3 Ooredoo di Syfa Cell Madiun
- b. Syfa Cell Madiun merupakan salah satu *counter* yang ramai di kunjungi oleh pembeli baik pelajar, mahasiswa maupun umum, oleh karena itu Syfa Cell Madiun harus tetap mempertahankan kreativitas dalam mempertahankan usaha dengan selalu meningkatkan sistem pelayanan yang cepat dan ramah terhadap konsumen.

2. Untuk Penelitian Selanjutnya

- a. Dapat menambah variabel independen lain serta melakukan wawancara saat penelitian berlangsung untuk mendapatkan hasil yang lebih baik dari sebelumnya
- b. Perluasan wilayah penelitian tidak hanya pada pembeli pada satu *counter* saja dimana penyebaran kuesioner dapat meliputi *counter-counter* lain yang menjual kartu perdana internet IM3 Ooredoo di Madiun.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B.(2009). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. (Edisi ke-2). Bandung : Alfabeta
- Ariestonandi, Prima. (2006). *Marketing Research for Begimer*. Yogyakarta: CV. Andi OFFSET.
- Assuri, Sofjan. (2012). *Strategic Marketing (Sustaining, Lifetime Customer Value)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Pustaka.
- Dajan, Anton. (1996). *Pengantar Metode Statistik*. (Jilid II). Jakarta : LP3ES
- Durianto., Sugiharto dan Sitinjak. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar: Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. (Edisi ke-2). Jakarta PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Dewi, Safitri N dan Prabowo, Eddy R. (2018). Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, dan Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis*. 99.(3). 978-979.
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____.(2014). *Ekonomerika. Teori Konsep dan Aplikasi IBM SPSS22*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jamiko. (2019). *Jumlah pelanggan indosat*. didapat dari <https://m.bisnis.com/teknologi/read/20191030/kuartal-iii2019pelanggan-indosat>. 9 juni 2020, pukul 19.00 WIB.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium, (Jilid ke-1). Jakarta: Prehallindo.
- _____.(2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. (Edisi-1), Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Garry Armstrong. (2002) *Dasar-dasar pemasaran*.(Jilid-1). Jakarta. Prenhalindo

- _____. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. (Edisi ke-12). Jilid 1. Indonesia: Erlangga.
- _____. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta. Erlangga
- _____. (2010). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2 : (Edisi ke-12). Jakarta. Erlangga
- _____. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. (Edisi ke-13). Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran* : (Edisi ke-12), Jilid- 2. Jakarta PT. Indeks.
- _____. (2009). *Manajemen Pemasaran*. (Edisi ke-13), Jilid 1. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kuncoro, M. (2001). *Metode Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Untuk Bisni dan Ekonomi*. (Edisi ke-1) AMP YKPN. Yogyakarta.
- _____. (2009). *Marketing Riset Bisnis dan Ekonomi*. PT. Erlangga. Jakarta.
- Kasali, Renald. (2009). *Brand Belief*. Salemba Empar. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rahmat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*
- Nugraha, A. (2014). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian. (Program Sarjana Universitas Negeri Yogyakarta) didapat dari : <https://eprint.uny.ac.id>.
- Pertiwi, W. K (2019) Kompas. Com. (2017) . *Peningkatan Pendapatan Tiga Operetor seluler tahun (2019)*. di dapat dari <https://amp.kompas.com/tekn/read>
- Pujianingrum. (2017). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.6.(4). 2461- 0593.
- Putro, widjoyo S., Samuel, H., Brahmana, M.R. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 2 (1) 1-9

- Safitri.(2018). Memperluas Jaringan 4G PLUS.Didapat dari <https://wartakepri.co.id/2018/12/12/indosat-ooredoo-memperluas-jaringan-4g-plus>9 juni 2020
- Setyo.(2018). Penetrasi Penggunaan Internet Indonesia. Indonesia.<https://m.liputan6.com/tenologi/read/3967287/penetrasi-penggunaan-internet-indonesia> 9 juni 2020
- Sanggadji, dan Sopiah (2013). *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Suracman S. (2008). *Dasar-dasar Manajemen Merek*. Malang: Bayumedia.
- Sugiyono. (2010). *Statiska Untuk Penelitian*. Bandung. Alfabeta
- _____. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- _____. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung. Alfabeta
- _____. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cetakan Ke-22 Bandung: CV. Alfabeta
- Suharyani, K. (2015). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. (5).
- Tjiptono, (2008). *Strategi Pemasaran*. (edisi ke-2).Yogyakarta. Andi Offset.
- _____.(2015). *Strategi Pemasaran*. (edisi ke-4). Yogyakarta: CV. Andi OFFSET.
- Yasid. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Ekonisia