

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan dari hasil analisis dan pembahasan maka simpulan dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Iklan di televisi berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang oli Top 1 di Toko Bintang Timur Surabaya.
2. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang oli Top 1 di Toko Bintang Timur Surabaya.
3. Harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang oli Top 1 di Toko Bintang Timur Surabaya.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka saran dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Iklan oli Top 1 di televisi diharapkan terus ditingkatkan dan menggunakan bintang iklan yang sudah dikenal sehingga akan memudahkan pelanggan untuk tetap membeli oli Top 1.
2. Produsen oli Top 1 diharapkan tetap mempertahankan kualitas produknya sehingga kepercayaan pelanggan terhadap oli Top 1 tetap terjaga.
3. Produsen oli Top 1 diharapkan dalam menetapkan harga selalu memperhatikan daya beli masyarakat dengan tetap menjaga kualitas.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Ambarwati, S.D.A., *Upaya Membangun Brand Image dan Brand Equity*
- Anoraga, P., 2004, *Manajemen Bisnis*, jakarta: Rineka Cipta.
- Albari dan Liriswati, A., 2004, Analisis Minat Beli Konsumen Sabun Cair Lux, Biore dan Lifebuoy di Kotamadya Yogyakarta Ditinjau dari Pengaruh Sikapnya Setelah Melihat Iklan di Televisi dan Norma Subyektif Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia *Jurnal Siasat Bisnis* No.9 Vol.2, Desember 2004.
- Dharmmes, B.S., Sikap dan Perilaku Konsumen dalam Pemasaran: Sebuah Tinjauan Sosial-Kognitif, *Kajian Bisnis STIE Wiwaha Yogyakarta*, No. 29 Mei – Agustus 2003.
- Dutka, A., 1994, *AMA Handbook for Customer Satisfaction : A Complete Guidance to Research, Planning and Implementation*, NTC Business Books, Lincolnwood, Illionis.
- Kotler, P., 1997, *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*, Ninth Edition, Prentice Hall International. Inc., Uper Saddle River, New Jersey.
- Kotler, P dan Amstrong, G., 2001, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Kedelapan.
- Kuncoro, M., 2003, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Malhotra, N.K, 2005, *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan*, Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Mason, R.D., dan Lin. D.A., 1999, *Teknik Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*, Edisi Kesembilan, Jilid 2, Jakarta: Erlangga.
- Morison, 2007, *Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Ramdina Prakarsa.

- Purwoko, 1996. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Schiffman, Leon G and Leslie L. Kanuk, (2000), *Consumer Behavior*, Fourth Edition, Prentice Hall International (United Kindom) Limited.
- Stanton, W.J., Michael, .JE., and Bruce, J.W., 1991. *Fundamentals of Marketing*, New York: MC Graw-Hill International Edition, Ninth Edition.
- Sugiyono, 2005, *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta.
- Swa Sembada, No. 15/XXI/21 Juli – 3 Agustus 2005
- Swastha, B. dan Sukotjo, I., 1984. *Pengantar Bisnis Modern*, Edisi III Cetakan IV, Yogyakarta: Liberty.
- Sularko, J., 2008, *Pengaruh Atribut Toko terhadap Minat Beli Konsumen pada Swalayan Sami Makmur Palur Karanganyar*
- Tjiptono, F., dan Diana, A., 2003, *Total Quality Management*, Edisi Kedua, Yogyakarta: Andi Offset.
- Triwijayati, A, Efek Iklan TV terhadap Perilaku Konsumsi: Tinjauan pada Aspek Persepsi, Sikap dan Niat Beli Produk oleh Konsumen Anak
- Umar, H, 2003, *Riset Akuntansi*, Jakarta: Gramedia.
- Ujianto, 2004, Analisis Faktor-Faktor yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung (Studi Perilaku Konsumen Sarung di Jawa Timur), Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan* Vol.6, No.1, Maret 2004
- Yamit, Z., 2004, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, Yogyakarta: Ekonisia.
- Yee, W.F., and Sidek, Yahyah., 2008, Influence of Brand Loyalty on Consumer Sportswear. *Journal of Economics and Management* 2(2): 221-236.