

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

1. Dalam penelitian ini semua variabel bebas (citra merek, promosi, persepsi kualitas produk, persepsi harga) berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen terhadap merek *smartphone* Realme.
2. Mayoritas responden mengetahui dan mengenal merek *smartphone* Realme melalui unggahan media sosial (Instagram, Facebook, dll). Lainnya mengetahui melalui iklan *offline* seperti poster maupun baliho di jalan raya, dan juga melalui kerabat ataupun teman.

6.2 Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya :

1. Cakupan wilayah penyebaran kuesioner diperluas untuk mendapatkan jumlah sampel yang lebih banyak.
2. Pernyataan pada kuesioner terutama terkait variabel promosi perlu diperjelas sehingga tidak terjadi kesalahan pada pemahaman saat menjawab kuesioner.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. H. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung : CV. Pustaka Setia.
- Assael. 2002. *Consumer Behavior. Edisi Bahasa Indonesia*. New Jersey : Prentice Hall Inc.
- Ferdinand, Augusty. 2002. *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Group, INDOMEDIA. "Setahun Berkiprah, realme Sukses Bertengger di Top 10 Brand Smartphone Global". m.tabloidpula.co.id. Diarsipkan dari versi asli tanggal 2019-08-03. Diakses tanggal 2022-06-15.
- Keller, Kevin Lane. 1993. "Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-based Brand Equity". *Journal of Marketing*.
- Kotler, Philip; Armstrong, Gary. 2012. *Principles of Marketing, 14th Edition*. United States of America : Pearson Education.
- Kotler, Philip; Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane. 2012. *Marketing Management. 14th Edition*. New Jersey : Prentice Hall.
- Kotler, Philip; Armstrong, Gary. 2010. *Principles of Marketing, Edisi 9*. New Jersey : Prentice Hall.
- Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane. 2010. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1, Edisi Ketiga Belas*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1. Edisi ke 13*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Indeks
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium*. Diterjemahkan Benyamin Molan. Jakarta : PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Diterjemahkan oleh Benyamin Molan. Jakarta : PT Indeks Kelompok Media.

- Lasswell, Harold, 1960. *The Structure and Function of Communication in Society*. Urbana : University of Illinois Press.
- Malhotra, N.K., 2009, *Riset Pemasaran, Edisi keempat, Jilid 1*. Jakarta : PT. Indeks.
- Maria G. U. 2018. *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Handphone Samsung (Studi pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma Yogyakarta)*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ekonomi. Universitas Sanata Dharma : Yogyakarta.
- Ratnaningrum, Hesti. 2016. *Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Pembelian Bahan Bakar Minyak Jenis Pertalite Di Yogyakarta*. Skripsi. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Universitas Sanata Dharma : Yogyakarta. Hal 41.
- Schiffman dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen. Edisi Kedua*, Jakarta : PT. Indeks Gramedia.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : ALFABETA.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tabachnick, B. G., & Fidel, L. S. (1996). *Using Multivariate Statistics, Third Edition*. New York : Harper Collins College Publisher.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta : Andi Offset.
- <https://gs.statcounter.com/vendor-market-share/mobile/indonesia/#monthly-202106-202205-bar>. Diakses tanggal 2022-06-15.