

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini mengenai Pengaruh Brand Terhadap Keputusan Pembelian di Cherryka Bakery adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisa *unaware of brand* yang dilakukan, bahwa variabel *unaware of brand* memiliki nilai angka signifikansi $0,048 < 0,05$ dan diperoleh nilai thitung $>$ ttabel ($1,548 < 1,68957$). Berdasarkan hasil analisa yang dilakukan, maka dapat dijelaskan, variabel *unaware of brand* tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian
2. Berdasarkan hasil analisa *brand recognition* yang dilakukan, bahwa variabel *brand recognition* memiliki nilai angka signifikansi $0,001 < 0,05$ dan diperoleh nilai thitung $>$ ttabel ($3,801 > 1,68957$). Berdasarkan hasil analisa yang dilakukan, maka dapat dijelaskan, variabel *brand recognition* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.
3. Berdasarkan hasil analisa *brand recall* yang dilakukan, bahwa variabel *brand recall* memiliki nilai angka signifikansi $0,021 < 0,05$ dan diperoleh nilai thitung $>$ ttabel ($2,418 > 1,68957$). Berdasarkan hasil analisa yang dilakukan, maka dapat dijelaskan, variabel *brand recall* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

4. Berdasarkan hasil analisa *top of mind* yang dilakukan, bahwa variabel *top of mind* memiliki nilai angka signifikansi $0,023 < 0,05$ dan diperoleh nilai thitung $>$ ttabel ($2,373 > 1,68957$). Berdasarkan hasil analisa yang dilakukan, maka dapat dijelaskan, variabel *top of mind* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

B. Saran

Berdasarkan dari kesimpulan dan keterbatasan penelitian. Maka saran-saran yang akan diberikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisa pernyataan *unware of brand* diharapkan pihak dari Bakery memperluas cakupan pemasaran, melalui media sosial, penyebaran brosur produk, dan pemilihan tempat outlet yang mudah dijangkau
2. Berdasarkan hasil analisa pernyataan *brand recognition* diharapkan Cherryka Bakery dapat meningkatkan brand supaya semakin dikenal masyarakat luas, dengan demikian dapat meningkatkan keputusan pembelian.
3. Berdasarkan hasil analisa pernyataan *brand recall* diharapkan bagi calon pelanggan sebaiknya mencari informasi tentang brand sebelum melakukan pembelian, hal ini guna menghindarkan kekecewaan jika pembelian yang dilakukan tidak sesuai dengan harapan.
4. Berdasarkan hasil analisa pernyataan *top of mind* Cherryka Bakery diharapkan mampu mempertahankan dan meningkatkan brand yang

telah dibangun, karena pelanggan akan lebih memilih melakukan pembelian pada produk yang sudah dikenal baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi VI)*, Jakarta: Rineka Cipta
- Faridah, Anni. dkk. 2008. *Patiseri Jilid 1*. Jakarta : Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan
- Hasan, Ali. 2009. *Marketing*. Yogyakarta: Med Press (Anggota IKAPI)
- _____. 2015. *Jurnal Media Wisata*. Volume 13. No 1. Halaman 227
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung : Alfabeta.
- _____, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS
- V. Wiratna Sujarweni. 2014. *Metodologi Penelitian Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press

LAMPIRAN

Lampiran 1

Surat Ijin Penelitian

Lampiran 2

Surat Balasan Penelitian

Lampiran 3

Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Data Responden

1. Nama Responden :
2. Umur :
3. Jenis Kelamin :
4. Pekerjaan :

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Berikan tanda (√) pada kolom sesuai dengan jawaban menurut pendapat anda

A. Pernyataan skor kuesioner (Variabel Bebas)

Skor 4 = Sangat Setuju (SS)

Skor 3 = Setuju (S)

Skor 2 = Kurang Setuju (KS)

Skor 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

No	PERTANYAAN	SKALA PENILAIAN			
		SS	S	KS	STS
	Unware of brand (tidak menyadari merek)				
1.	Saya tidak mengetahui adanya Cherryka Bakery di Yogyakarta				
2.	Saya tidak menyadari adanya bakery dengan				

	merek Cherryka Bakery di Yogyakarta				
3.	Saya tidak mengetahui dimana lokasi Cherryka Bakery				
	Brand Recognition (pengenalan merek)				
4.	Saya mengetahui adanya Cherryka Bakery di Yogyakarta				
5.	Saya ingin sekali datang ke Cherryka Bakery				
6.	Cherryka Bakery merupakan salah satu Bakery yang terdapat di Yogyakarta				
	Brand Recall (peringatan kembali terhadap merek)				
7.	Saya sudah lebih dari sekali datang ke Cherryka Bakery				
8.	Saya mengetahui jelas lokasi adanya Cherryka Bakery				
9.	Hanya bakery merek Cherryka Bakery yang selalu saya datangi				
	Top of Mind (Puncak Pikiran)				
10.	Merek bakery yang muncul dalam benak saya adalah Cherryka Bakery				
11.	Saya selalu membeli produk Cherryka Bakery				

12.	Saya menyukai produk Cherryka Bakery				
-----	--------------------------------------	--	--	--	--

Petunjuk pengisian kuesioner

Berikan tanda (√) pada kolom sesuai dengan jawaban menurut pendapat anda

B. Pernyataan skor kuesioner (Variabel Terikat)

Skor 4 = Sangat Setuju (SS)

Skor 3 = Setuju (S)

Skor 2 = Kurang Setuju (KS)

Skor 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

NO	PERTANYAAN	SKALA PENILAIAN			
		SS	S	KS	STS
KEPUTUSAN PEMBELIAN					
1..	Saya memilih produk Cherryka Bakery karena memiliki variasi roti yang banyak				
2.	Saya memilih produk Cherryka Bakery karena memiliki merek bakery yang sudah dikenal				
3.	Produk-produk yang ditawarkan oleh Cherryka Bakery selalu membuat saya tertarik untuk membeli kembali				

Lampiran 4

Lembar Bimbingan Penelitian

Lampiran 5

Tabel T

Daftar t tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 39)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
1	1.0000	3.0776	6.3137	12.7062	31.8205	63.6567	318.3088
2	0.8165	1.8856	2.9199	4.3026	6.9645	9.9248	22.3271
3	0.7648	1.6377	2.3533	3.1824	4.5407	5.8409	10.2145
4	0.7407	1.5332	2.1318	2.7764	3.7469	4.6040	7.1731
5	0.7266	1.4758	2.0150	2.5705	3.3649	4.0321	5.8934
6	0.7175	1.4397	1.9431	2.4469	3.1426	3.7074	5.2076
7	0.7111	1.4149	1.8945	2.3646	2.9979	3.4994	4.7852
8	0.7063	1.3968	1.8595	2.3060	2.8964	3.3553	4.5007
9	0.7027	1.3830	1.8331	2.2621	2.8214	3.2498	4.2968
10	0.6998	1.3721	1.8124	2.2281	2.7637	3.1692	4.1437
11	0.6974	1.3634	1.7958	2.2009	2.7180	3.1058	4.0247
12	0.6954	1.3562	1.7822	2.1788	2.6810	3.0545	3.9296
13	0.6938	1.3501	1.7709	2.1603	2.6503	3.0122	3.8519
14	0.6924	1.3450	1.7613	2.1447	2.6244	2.9768	3.7873
15	0.6912	1.3406	1.7530	2.1314	2.6024	2.9467	3.7328
16	0.6901	1.3367	1.7458	2.1199	2.5834	2.9207	3.6861
17	0.6892	1.3333	1.7396	2.1098	2.5669	2.8982	3.6457
18	0.6883	1.3303	1.7340	2.1009	2.5523	2.8784	3.6104
19	0.6876	1.3277	1.7291	2.0930	2.5394	2.8609	3.5794
20	0.6869	1.3253	1.7247	2.0859	2.5279	2.8453	3.5518
21	0.6863	1.3231	1.7207	2.0796	2.5176	2.8313	3.5271
22	0.6858	1.3212	1.7171	2.0738	2.5083	2.8187	3.5049
23	0.6853	1.3194	1.7138	2.0686	2.4998	2.8073	3.4849
24	0.6848	1.3178	1.7108	2.0639	2.4921	2.7969	3.4667
25	0.6844	1.3163	1.7081	2.0595	2.4851	2.7874	3.4501
26	0.6840	1.3149	1.7056	2.0555	2.4786	2.7787	3.4350
27	0.6836	1.3137	1.7032	2.0518	2.4726	2.7706	3.4210
28	0.6833	1.3125	1.7011	2.0484	2.4671	2.7632	3.4081
29	0.6830	1.3114	1.6991	2.0452	2.4620	2.7563	3.3962
30	0.6827	1.3104	1.6972	2.0422	2.4572	2.7500	3.3851
31	0.6824	1.3094	1.6955	2.0395	2.4528	2.7440	3.3749
32	0.6822	1.3085	1.6938	2.0369	2.4486	2.7384	3.3653
33	0.6820	1.3077	1.6923	2.0345	2.4447	2.7332	3.3563
34	0.6817	1.3069	1.6909	2.0322	2.4411	2.7283	3.3479
35	0.6815	1.3062	1.6895	2.0301	2.4377	2.7238	3.3400
36	0.6813	1.3055	1.6883	2.0280	2.4344	2.7194	3.3326
37	0.6811	1.3048	1.6870	2.0261	2.4314	2.7154	3.3256
38	0.6810	1.3042	1.6859	2.0243	2.4285	2.7115	3.3190
39	0.6808	1.3036	1.6848	2.0226	2.4258	2.7079	3.3127
40	0.6806	1.3030	1.6838	2.0210	2.4232	2.7044	3.3068

Lampiran 6

Data Penelitian

Data Responden

RESPONDEN	NO SOAL																			
	X																Y			TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3	X4.1	X4.2	X4.3	X4	Y1	Y2	Y3	Y
1	3	3	3	9	3	3	2	8	3	2	3	8	3	3	3	9	2	2	2	6
2	4	4	3	11	3	3	3	9	3	3	3	9	3	4	4	11	4	3	4	11
3	4	3	3	10	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	4	10
4	3	2	3	8	3	3	3	9	3	4	3	10	3	3	3	9	3	3	3	9
5	2	2	2	6	2	3	3	8	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6
6	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	4	10	3	3	3	9	4	3	3	10
7	3	3	3	9	3	3	4	10	3	3	3	9	4	3	4	11	4	3	4	11
8	2	3	3	8	3	3	3	9	4	3	3	10	3	3	3	9	4	3	3	10
9	3	3	3	9	3	2	3	8	3	3	2	8	3	3	3	9	3	3	3	9
10	2	2	3	7	3	3	3	9	4	3	3	10	3	3	3	9	3	3	4	10
11	3	3	2	8	3	3	3	9	3	2	3	8	2	3	3	8	3	3	3	9
12	3	4	4	11	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	4	4	3	11
13	2	2	3	7	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
14	3	2	3	8	3	3	3	9	3	3	3	9	3	2	3	8	3	4	3	10
15	2	2	2	6	2	2	3	7	2	3	2	7	2	2	2	6	2	2	2	6
16	2	2	2	6	2	1	2	5	2	2	2	6	3	2	2	7	2	1	2	5
17	2	3	2	7	3	3	3	9	3	3	3	9	2	3	3	8	3	3	3	9
18	3	3	3	9	3	3	4	10	3	4	3	10	3	3	3	9	4	4	3	11
19	3	2	3	8	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	4	10	3	3	4	10
20	3	2	3	8	4	4	3	11	3	3	3	9	3	3	3	9	3	4	3	10
21	2	3	3	8	3	3	3	9	4	3	3	10	3	3	3	9	4	3	3	10

22	2	2	2	6	3	3	3	9	3	3	3	9	3	2	3	8	3	3	3	9
23	3	3	3	9	4	3	3	10	3	3	3	9	3	3	3	9	4	3	4	11
24	2	2	2	6	3	3	3	9	4	3	4	11	3	2	2	7	3	3	3	9
25	4	3	3	10	3	3	3	9	3	2	3	8	3	3	3	9	3	3	4	10
26	3	4	4	11	3	4	3	10	3	3	4	10	3	3	3	9	4	4	3	11
27	3	2	3	8	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	2	8	3	3	4	10
28	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	2	3	3	8	3	4	3	10
29	2	2	3	7	2	3	2	7	2	2	2	6	3	3	2	8	2	2	3	7
30	2	2	3	7	2	2	3	7	2	2	2	6	3	2	3	8	3	3	3	9
31	3	3	2	8	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	4	10	4	3	3	10
32	3	3	3	9	3	3	3	9	4	3	3	10	3	3	3	9	3	3	4	10
33	3	2	2	7	3	3	2	8	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
34	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	4	10	4	3	3	10
35	3	2	3	8	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	4	3	10
36	3	2	3	8	3	3	2	8	3	3	3	9	2	2	3	7	3	3	3	9
37	2	3	2	7	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	4	3	3	10
38	3	3	3	9	3	3	3	9	3	4	3	10	3	3	3	9	3	4	3	10
39	2	3	2	7	2	2	3	7	3	3	3	9	3	3	4	10	3	3	3	9
40	4	3	4	11	3	3	2	8	4	3	4	11	4	4	3	11	4	3	4	11

Lampiran 7

Dokumentasi Gambar Penelitian

DOKUMENTASI GAMBAR PENELITIAN

