

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis mengenai pengaruh kualitas produk, promosi, dan *brand awareness* terhadap Keputusan Pembelian Ulang handphone merek Samsung di Kota Padang maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Brand awarness berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Ulang.
2. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Ulang
3. Promosi berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Ulang,

Saran

1. Bagi perusahaan, diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan masukan berkaitan dengan upaya menarik konsumen dengan tetap meningkatkan, promosi dan *brand awarness* dan kualitas produk serta upaya untuk selalu meningkatkan Keputusan Pembelian Ulang kepada konsumen
2. Bagi Konsumen diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan masukan berkaitan dengan penggunaan gadget dengan kualitas produk yang dipilih serta upaya untuk meyakinkan konsumen agar memilih Keputusan Pembelian Ulang kepada produk tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. (2013). *Metodelogi Penelitian*. Rieneka Cipta. ISBN,978-979-518-998-5. Jakarta.
- Armstrong, K. dan. (2009). *Manajemen Pemasaran. Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13. Erlangga. Jakarta.
- Arya Prasetio. (2018). Pengaruh Kualitas Produk,Citra Merek dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang studi kasus konsumenfrestea di Yogyakarta.
- Asep. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemblian UlangProduk Samsung (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma, Kampus I Mrican).
- Assauri. (2017). *Manajemen Pemasaran*. PT RajaGrafindo Persada. Jakarta.
- Cravens, D. (2017). *Pemasaran Strategi*. Erlangga :Jakarta.
- Dea dan Krismi. (2018). Pengaruh Ppromosi Terhadap Keputusan Pembelian UlangKonsumen Wenak Tok. Durianto. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Andi offist: Yogyakarta.
- Endang. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Dan Celebrity Endorse Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Merek Honda Di Pt. Hayati Pratama MandiriCabang Padang.
- Fatmasari, D., & Isi, D. (2018). Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality, Dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Handphone Samsung (Studi Kasus Mahasiswa FTIK IAIN Purwokerto).
- Fransisca Jovita Amelfdi. (2021). Pengaruh brand awareness, brand image, dan kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang, 5.
- Heriyati, P., & Septi. (2017). Analisis Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Pada Handphone Nexian. *Journal of business strategy and execution*, 4. Diambil dari <http://id.portalgaruda.org/?ref=browse&mod=viewarticle&article=279292>
- Ivony & Eko. (2018). Pengaruh Kualitas produk dan Merek terhadap Keputusan Pembelian Ulang di Workshop Apron Worker Malang.
- Jansen, Y., Worang, F. G., Arie, V., Merek, P. E., Merek, C., Kualitas, D. A. N.,...Arie, V. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian UlangKonsumen Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat 2019-2020, 10.

- Jerome. (2018). *Dasar-Dasar Pemasaran. (Peterjemeh Agus Darma)*. Erlangga :Jakarta.
- Kanuk, S. dan. (2017). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. INDEK.
- Kotler & Armstrong. (2014). *Principle of Marketing* (Edisi 14). New Jersey:Pearson Prentice Hall.
- Kotler & Armstrong. (2016). *Marketing Management*, (15th. Edit). New Jersey:Pearson Pretice Hall, Inc.New Jersey.
- Kotler, P. dan G. A. (2018). *Principles of Marketing*. Edisi 15. Pearson PreticeHall, Inc.New Jersey.
- Kusmatuti. (2017). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.Bandung.
- Nasution, A. (2017). *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. PT. CitraAdiya Bakti. Bandung.
- Nugroho. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.ISBN 978-623-6922-18-7. Yogyakarta.
- Prayitno. (2015). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset. Rangkuti. (2012). *Rangkuti* (Edisi I). Yogyakarta: Andi Offset.
- Rangkuti. (2016). *Perseptif Manajemen dan Pemasaran Konteporer*. Edisi (I). Andi.Yogyakarta.
- Ratri. (2016). *Strategi Memenangkan Persaingan Pasar*. Jakarta: Salemba Empat. Supriyadi. (2016). *Manajemen Pemasaran Modern*. Laksbang Pressindo.Yogyakarta.
- Suryani. (2021). Pengaruh citra merek, promosi dan kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang samsung (studi kasus pada pt maju telekomunikasibatam).
- Swastha, B. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Liberty.
- Swastha, B. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. – Pengenalan Plus Tren Terkini tentang Pemasaran* (II). Jakarta: Liberty. Jakarta.
- Tjiptono. (2010). *Service. Quality. Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono.(2015). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. AndiOffset, Yogyakarta.
- Tjiptono. (2016). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wahyu. (2018). Analisis pengaruh promosi dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian ulang.