

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Variabel citra merek dapat dikatakan **baik**. Diketahui bahwa para pengguna dan konsumen sangat tertarik Produk Madame Gie, dengan pernyataan dari indikator yang memiliki persentase terbesar adalah Saya merasa Harga dari Produk Madame gie terjangkau dengan persentase 88%, Sedangkan responden yang menyatakan tidak setuju dengan pernyataan dari indikator yang memiliki persentase terkecil adalah Saya yakin akan terus menggunakan Produk Madame gie dengan persentase 63%.
2. Variabel minat beli dapat dikatakan **baik**. Diketahui bahwa indikator yang terbesar adalah minat Referensial dengan rata-rata sebesar 86% di mana para konsumen bersedia merekomendasikan Produk Madame gie kepada orang lain. Sedangkan responden yang menyatakan tidak setuju dengan pernyataan dari indikator yang memiliki persentase terkecil adalah Saya tertarik mencari informasi produk Madame gie dengan persentase 59%.
3. Dapat dilihat dalam persamaan regresi persamaan regresi linearnya yaitu: $Y = 8.495 + 0,767X$. Koefisien citra merek memiliki nilai yang positif, maka dapat dinyatakan bahwa pengaruh variabel citra merek terhadap variabel minat beli dinyatakan positif signifikan. Hasil

hipotesis menunjukkan nilai Sig. 0.000 dapat disimpulkan bahwa citra merek terdapat pengaruh terhadap minat beli. Serta Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa 53,2% variabel minat beli dipengaruhi citra merek, sisanya sebesar 46,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian ini.

B. Saran

1. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan Madame Gie disarankan untuk mempertahankan Citra merek, dan untuk meningkatkan kualitas serta varian-varian yang ada sehingga dapat membuat para konsumen dan calon konsumen setia dan minat beli kembali terhadap Produk Madame Gie agar dalam jangka waktu dekat konsumen berkeinginan untuk membeli dan merekomendasikan Produk Madame Gie.

2. Bagi Masyarakat

Dapat mempertimbangan beberapa hal yang memengaruhi minat beli Produk Madame Gie. Khususnya, citra merek dari Produk Madame Gie sendiri, bisa dari harga, varian, kualitas hingga kebutuhan konsumen.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan bagi peneliti selanjutnya yang akan melaksanakan penelitian sejenis, untuk menambahkan variabel independen agar

informasi yang diperoleh lebih luas serta peneliti selanjutnya dapat memperluas batasan sampel yang diambil agar lebih akurat.