

## BAB IV

### KESIMPULAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan peneliti tentang Emotional Marketing terhadap Minat Beli, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Emotional Marketing* adalah teknik atau pendekatan baru yang saat ini banyak digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan benefit dimana dengan cara menciptakan hubungan antara perusahaan dan konsumen melalui perasaan untuk merangsang konsumennya, aspek yang mempengaruhi emotional marketing adalah money, product, equity, experience, energy. Minat beli adalah perilaku konsumen atau tindakan keputusan sebelum membeli suatu barang, yang sebelumnya dapat dilihat melalui indikator tertentu, faktor yang mempengaruhi minat beli adalah sikap orang lain dan Faktor situasi yang tidak terantisipasi dengan indikator minat transaksional, minat refrensial, minat prefensial, minat eksploratif
2. Terdapat pengaruh positif pada emotional marketing terhadap minat beli sebesar 0,33 atau 33,3% yang berarti bahwa kemampuan variabel minat beli dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu emotional marketing, sedangkan sisanya (100% - 33,3%) 66,7% dijelaskan oleh variabel lain yaitu Faktor situasi yang tidak terantisipasi, faktor ini nantinya akan dapat mengubah

pendirian konsumen dalam melakukan pembelian. Hal tersebut tergantung dari pemikiran konsumen sendiri, apakah dia percaya diri dalam memutuskan akan membeli suatu barang atau tidak.

## **1. Saran-saran**

### **1. Untuk Pengguna Apple**

Sebaiknya pengguna Apple memberikan kritik dan saran terhadap produk Apple yang akan dijadikan evaluasi, agar kualitasnya menjadi lebih baik dari sebelumnya dan dapat sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pengguna.

### **2. Untuk Peneliti Selanjutnya**

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat terbuka wawasan dan ilmu baru terutama dalam hal mengenai pengaruh emotional marketing terhadap minat beli. Dan diharapkan untuk kedepannya para peneliti dapat mengembangkan penelitian ini serta dapat menambahkan variabel lainnya yang mungkin bisa lebih mempengaruhi pada minat beli produk Apple.