BAB V
PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diuji dengan menggunakan teknik analisis Korelasi *Product Moment*, menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara citra merek dengan minat beli konsumen. Sedangkan dari hasil nilai koefisien korelasi menunjukkan bahwa hubungan antara citra merek dengan minat beli konsumen positif, artinya artinya semakin tinggi citra merek maka akan dibarengi dengan semakin tinggi pula minat beli konsumen. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,646 juga menjelaskan bahwa citra merek berkontribusi sebesar 64,6% terhadap minat beli konsumen, sedangkan sisanya sebesar 35,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan, maka peneliti mengemukakan saran sebagai berikut**:**

1. Bagi perusahaan sebaiknya terus meningkatkan dan membangun citra merek yang positif terhadap produk-produk yang dipasarkannya, agar dapat meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk yang dipasarkan tersebut.
2. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya bisa menjadikan hasil penelitian ini sebagai salah satu acuan dalam meneliti tentang citra merek dengan minat beli konsumen. Namun diharapkan bagi peneliti selanjutnya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk melakukan penelitian terhadap minat beli konsumen dengan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Selain itu sebaiknya peneliti selanjutnya memperhatikan waktu penelitihan agar kondisi penelitian baik subyek dan alat ukur dapat dipersiapkan dengan baik.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id