

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dengan judul “Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Emina (Studi Kasus Pada Emina Ciwalk Bandung)”, maka dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggapan konsumen pada *Brand Image* Pada Emina Ciwalk Bandung, diperoleh hasil skor pengolahan data secara keseluruhan variabel *Brand Image* memperoleh kategori Cukup baik, serta secara keseluruhan pada variabel juga cukup baik di antaranya Citra Perusahaan (*Corporate Image*), Citra Produk/Konsumen (*Product Image*) dan Citra pemakai (*User Image*). Dari ketiga indikator tersebut diperoleh persentase skor terendah terdapat pada indikator Citra Perusahaan (*Corporate Image*) dengan kategori cukup baik, sedangkan indikator tertinggi terdapat pada indikator Citra Produk/Konsumen (*Product Image*) dengan kategori Baik.
2. Tanggapan konsumen pada Minat Beli Pada Emina Ciwalk Bandung, diperoleh hasil skor pengolahan data secara keseluruhan variabel Minat Beli memperoleh kategori Cukup baik, serta secara keseluruhan pada variabel juga cukup baik di antaranya Minat Transaksional, Minat Referensial, Minat Preferensial dan Minat Ekploratif. Dari keempat indikator tersebut diperoleh persentase skor terendah terdapat pada indikator Minat Transaksional dengan kategori cukup baik, sedangkan indikator tertinggi terdapat pada indikator Minat Referensial dengan kategori Baik.
3. Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara *Brand Image* terhadap Minat Beli Produk Emina (Studi Kasus Pada Emina Ciwalk Bandung)

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan dengan judul “Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Emina (Studi Kasus Pada Emina Ciwalk Bandung)” maka peneliti dapat memberikan saran diantaranya:

1. *Brand Image* pada Produk Emina berada dalam kategori cukup baik. Maka peneliti sarankan kepada pihak Emina Ciwalk Bandung untuk meningkatkan atas popularitas atas produk yang di jual dengan aktif melakukan promosi, sehingga sebaran akan semakin luas, serta mempertahankan serta meningkatkan kualitas dari produk – produk kosmetik maupun skincare.
2. Minat Beli pada Produk Emina berada dalam kategori cukup baik. Maka disarankan kepada Emina untuk memberikan kepercayaan kepada pengguna dengan memastikan semua informasi produk di jelaskan pada saat konsumen akan melakukan pembelian, serta selalau melakukan pembaruan atas produk dengan berbagai varian agar konsumen yang sudah pernah melakukan pembelian akan sulit untuk berpindah ke brand lain dengan produk sejenis.
3. Bagi para pembaca yang akan melakukan penelitian dalam bidang yang sama, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan Mengenai Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Emina. Namun jika akan menggunakan skripsi ini sebagai referensi, maka sekiranya perlu dikaji kembali. Karena tidak tertutup kemungkinan masih ada pernyataan – pernyataan yang belum atau yang kurang sesuai, saya sebagai penulis merasa masih banyak kekurangan dan keterbatasan dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.