

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh *brand image* dengan minat beli konsumen pada Adity Butik di Kota Bandung, maka pada bagian akhir dari penelitian ini, penulis menarik kesimpulan, sekaligus memberikan saran sebagai berikut.

#### **5.1 Kesimpulan**

1. *Brand image* Adity Butik sudah positif menurut sebagian besar konsumen di Kota Bandung. Atribut produk yang dimiliki Adity Butik di Kota Bandung sudah baik menurut sebagian besar pelanggan. Manfaat yang diperoleh sebagian besar pelanggan juga sudah banyak ketika menggunakan produk Adity Butik, disamping kesan positif yang dirasakan pelanggan ketika menggunakan produk Adity Butik.
2. Sebagian besar konsumen memiliki minat beli yang tinggi terhadap produk Adity Butik di Kota Bandung. Pada umumnya pelanggan sudah memiliki kepekaan terhadap produk Adity Butik dan menunjukkan minat yang tinggi terhadap produk yang ditawarkan Adity Butik. Disamping itu sebagian besar pelanggan di kota Bandung memiliki keinginan yang tinggi untuk mencoba produk Adity Butik dan sudah melakukan tindakan terhadap produk Adity Butik.
3. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *brand image* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk Adity Butik.

*Brand image* memberikan kontribusi atau pengaruh sebesar 61,9 persenterhadap minat beli konsumenpada produkAdity Butik, dimana *brand image* yang makin positif diikuti dengan peningkatan minat beli konsumenpada Adity Butik di Kota Bandung.

## 5.2 Saran

Berkaitan dengan penelitian ini ada beberapa saran yang diajukan oleh peneliti antara lain:

1. Potensi pasar wisata *fashion* di Kota Bandung masih sangat besar. Pertumbuhannya pun cukup pesat dilihat dari data yang diperoleh dari Dinas Pariwisata Kota Bandung yang menunjukkan bahwa jumlah butik dan distro serta Factory Outlet (FO) di Kota Bandung terus bertambah setiap bulan dan tahunnya. Dilihat dari sisi tersebutAdity Butikharus selalu dapat mengembangkan strategi pemasarannya agar dapat mencapai tingkat pertumbuhan yang diinginkan.
2. Untuk dapat bersaing dengan kompetitor maka Adity Butikharus selalu mengikuti perkembangan butik maupun took pakaian yang sudah ada dan yang akan muncul di Kota Bandung yang diiringi oleh perbaikan dari berbagai aspek terutama dari bagian internal AdityButik.
3. Adity Butikharus senantiasa melakukan inovasi atau melakukan pengembangan produk agar menghasilkan variasi produk baru agar konsumen tidak merasa bosan dan juag meningkatkan minat beli

konsumen, selain itu mengenai harga jual produk juga harus mampu bersaing dengan butik yang lain.