

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis mengenai pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk minuman isotonik Pocari Sweat, maka penulis pada bagian ini mencoba untuk menarik simpulan sebagai berikut:

1. Penilaian pelanggan terhadap *Brand Image* yang dimiliki oleh Pocari Sweat pada dasarnya sudah baik, umumnya responden sudah menyatakan sangat setuju dan setuju terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan seperti: mengenai logo, bentuk, persepsi pada perusahaan, kualitas produk, kepuasan terhadap produk, asosiasi merek terhadap produk, cakupan terhadap merek, jenis produk penggunaan merek, keputusan konsumen untuk memilih merek dan keputusan konsumen untuk membeli produk.
2. Nilai sebesar 0,788 menunjukkan adanya korelasi yang tinggi/ kuat antara *brand image* dengan minat beli konsumen. Minat beli konsumen dipengaruhi oleh *brand image* sebesar 62,09% , sedangkan sisanya sebesar 37,91% adalah pengaruh faktor lain selain *brand image* seperti faktor harga, produk, promosi, persaingan yang ketat dalam minuman isotonik sekarang ini, dan lain-lain.

5.2 Saran

1. Citra Merek (*Brand Image*) yang telah dimiliki oleh Pocari Sweat selama ini sudah cukup baik di mata para konsumen. Terbukti dari hasil yang telah diteliti oleh penulis menunjukkan bahwa citra merek Pocari Sweat memiliki pengaruh sebesar 62,09% terhadap minat beli. Oleh karena itu, diharapkan bagi pihak perusahaan dapat mampu untuk mempertahankan dan meningkatkan citra merek yang telah terbentuk selama ini karena lebih sulit mempertahankan dari pada memperolehnya, apalagi sekarang telah banyak bermunculan produk baru yang menawarkan berbagai keunggulan.
2. Seperti diketahui dari hasil pengolahan data, bahwa citra merek Pocari Sweat mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis. Oleh karena itu perusahaan harus mempertahankan serta meningkatkan faktor-faktor yang telah berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, yaitu *recognition* seperti menampilkan desain kemasan yang lebih menarik sehingga dapat menarik minat untuk membeli. Meningkatkan *reputation*, yaitu dengan membentuk citra perusahaan seperti yang telah dilakukan oleh perusahaan Pocari Sweat dengan adanya *below the line* yang mengedukasi pengunjung yang datang ke perusahaan sehingga secara tidak langsung membentuk citra perusahaan. Meningkatkan *affinity*, yaitu dengan menjaga kualitas dari produk yang dihasilkan sehingga konsumen dapat terpuaskan. Meningkatkan *domain*, yaitu konsumen dengan citra yang positif

terhadap suatu merek memungkinkan untuk melakukan pembelian. Sehingga faktor-faktor tersebut dapat meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk Pocari Sweat.