

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan dalam Bab IV, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Upaya yang dilakukan Cronik Records dalam mengelola citra mereknya adalah:
 - Dengan selalu memberikan varian jasa yang banyak, dengan cara selalu memberikan varian jasa yang bermacam-macam serta paket-paket untuk *recording*, *mixing* dan *mastering*.
 - Dengan membuat tempat rekaman yang menyenangkan untuk para konsumen Cronik Records karena disana dapat nongkrong bersama para musisi yang bergenre Hiphop dan para pelanggan Cronik bisa bertukar pikiran dengan para musisi tersebut, selain itu *operator* Cronik Records juga sangat ramah.
 - Dengan memberikan harga yang bersaing dengan perusahaan rekaman sejenis yang ada di Bandung pada khususnya.
2. Citra merek Cronik Records yang mendapatkan tanggapan paling positif dan menempati ranking ke 1 adalah Cronik Records mempunyai varian jasanya sangat diminati oleh konsumennya, karena jasa *recording*, *mixing* dan *mastering* sangat bervariasi sesuai dengan kebutuhan konsumennya dan juga Cronik Records juga memberikan paket-paket untuk para konsumennya sehingga para konsumen dari Cronik Records dapat memilih

sesuai dengan kebutuhannya. Sedangkan citra merek yang paling rendah yang menempati rangking ke 21 adalah perasaan kecewa para konsumen jika tidak menggunakan produk dan jasa dari Cronik Records. Hal ini disebabkan masih rendahnya loyalitas konsumen karena mereka menganggap produk dan jasa yang ditawarkan oleh Cronik Records sama saja dengan studio rekaman yang lainya terhadap Cronik Records dan juga lokasi dari Cronik Records yang jauh dari pusat kota.

3. Tanggapan konsumen mengenai minat beli konsumen adalah konsumen mengetahui, tertarik dan ingin mengunjungi Cronik Records dan mereka berminat dalam menggunakan dan membeli produk dan jasa dari Cronik Records. Variabel *action* memiliki nilai tertinggi karena konsumen merasa Cronik Records juga dikenal dimana-mana sebagai studio rekaman Hiphop dan R'n'B yang mempunyai reputasi baik, produk dan jasanya juga bervariasi, produk-produk yang dihasilkan selalu inovatif dan suasana di Cronik Records yang sering dipenuhi musisi yang sering nongkrong di Cronik Records dan Cronik Records juga sering memberikan informasi dan pendidikan musik kepada mereka.
4. Hubungan citra merek Cronik Records dengan minat beli konsumen dapat dilihat dari perhitungan koefisien korelasi Spearman yang bernilai sebesar +0,526. Nilai tersebut dapat diartikan bahwa terdapat korelasi yang cukup kuat antara citra merek Cronik Records dengan minat beli konsumen. Setelah diuji hipotesis dengan uji t dapat disimpulkan bahwa *t hitung* sebesar $4,8740 \geq t \text{ tabel}$ sebesar 0,1669 (diperoleh dari tabel *t* dengan

sampel sebanyak 67 buah dan $\alpha = 5\%$) maka terdapat hubungan positif, dimana citra merek Cronik Records berhubungan positif dengan minat beli konsumen.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mempunyai keterbatasan-keterbatasan yang harus diperhatikan dan diperbaiki oleh peneliti lain, seperti:

1. Dalam penelitian ini peneliti meneliti tentang hubungan antara citra merek dengan minat beli mestinya meneliti tentang pengaruh citra merek terhadap minat beli.
2. Teknik pengambilan sampel seharusnya memakai teknik *Simpel Random Sampling* dengan menggunakan langkah-langkah seperti *blind pick*, teknik kocokan, dll
3. Dalam penelitian ini peneliti mempunyai keterbatasan keterbatasan seperti variabel yang diuji hanya 2 yaitu citra merek dengan minat beli dan untuk peneliti lain bisa dikembangkan lagi menjadi 1 variabel atau 2 variabel tambahan. Di dalam penelitian ini peneliti hanya meneliti tentang hubungan positif antara citra merek dengan minat beli.

5.3 Saran

Setelah mengadakan penelitian, maka berikut ini dikemukakan beberapa saran dari penulis yang diharapkan dapat memberikat masukan bagi perusahaan dalam upaya meningkatkan minat beli konsumen:

Saran bagi perusahaan :

1. Pemasar hendaknya lebih menonjolkan hubungan antara merek dengan konsumen. Dengan cara memberikan *member card* untuk para pelanggan yang sudah lama memakai produk dan jasa dari Cronik Records. *Member card* ini berfungsi agar para pelanggan tetap loyal memakai merek dari Cronik Records.
2. Cronik Records perlu memantau gerakan pesaing agar dapat dijadikan sebagai acuan dalam penetapan strategi perusahaan, sehingga dapat menghasilkan sesuatu yang lebih baik dari pesaing, sehingga bisa memberikan kepuasan yang maksimal bagi konsumen.
3. Selalu menghadirkan ide-ide kreatif untuk menjaga keintiman konsumen dengan Cronik Records seperti mensponsori acara-acara Hiphop di kota Bandung dengan menyediakan alat-alat panggung.
4. Menambah berbagai produk tambahan dan menjadi penyedia produk rekaman untuk konsumen agar menjadi lebih tertarik pada Cronik Records seperti *turntable*, *mixxer*, *MPC*, *mirophone* dan lain lain agar konsumen dari Cronik Records merasa puas kepada Cronik Records selain menjadi tempat rekaman tetapi juga menjadi penyedia alat-alat rekaman.

Saran untuk peneliti lain :

1. Di dalam penelitian ini peneliti hanya menguji 2 variabel yaitu citra merek dan minat beli konsumen, peneliti lain hendaknya bisa menyempurnakan dengan menguji 3 variabel atau 4 variabel.

2. Peneliti lain hendaknya memakai sumber yang lebih banyak dari apa yang sudah dilakukan oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini.