

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan dengan judul “PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN LEVI’S DI BANDUNG” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh variabel brand image terhadap minat beli konsumen produk Levi’s di Bandung sebesar 8.9%. Hal ini menandakan semakin kuat brand image Levi’s, maka semakin mengingatkan konsumen terhadap produk Levi’s.
2. Dilihat dari karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 114 (71.3%) dan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 46 (28.8%).
3. Dilihat dari karakteristik responden berdasarkan usia, dari data yang telah diteliti dapat diketahui bahwa responden yang berusia 26-30 tahun lebih memiliki kesan terhadap merek Levi’s.
4. Dilihat dari karakteristik responden berdasarkan pengeluaran, dari data yang telah diteliti dapat diketahui bahwa responden yang memiliki pengeluaran sebesar 1.000.000-1.499.999 lebih memiliki kesan terhadap merek Levi’s.

5. Dari hasil uji validitas, dapat dinyatakan bahwa semua instrumen yang ada dalam tabel tersebut dinyatakan valid karena CFA-nya lebih besar sama dengan 0.40, indikator faktor brand image (Bi) yang terdiri dari faktor brand image 2 (Bi2), faktor brand image 3 (Bi3), faktor brand image 4 (Bi4), faktor brand image 5 (Bi5), faktor brand image 6 (Bi6), dan faktor brand image 7 (Bi7) berada pada satu komponen yaitu komponen 2, sedangkan faktor brand image 1 (Bi1) dan faktor brand image 8 (Bi8) dibuang karena CFA-nya kurang dari 0.40 dari komponen 2. Indikator minat beli yang terdiri dari faktor minat beli 1 (Mb1), faktor minat beli 2 (Mb2), faktor minat beli 3 (Mb3) dan faktor minat beli 4 (Mb4) semua berada pada satu komponen yaitu komponen 2.
6. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa brand image berpengaruh terhadap minat beli sebesar 8.9% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti harga dan promosi.
7. Semakin berkesannya brand image Levi's maka akan meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk Levi's di Bandung.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penulis dapat memberikan ide dan masukan-masukan kepada perusahaan Levi's Strauss & Co dalam memproduksi dan memasarkan produk Levi's, yaitu:

1. Disarankan Levi's meningkatkan kegiatan promosi agar masyarakat dapat lebih mengenal produk Levi's, baik promosi melalui media cetak maupun media iklan.
2. Disarankan Levi's melakukan adaptasi terhadap perkembangan trend *fashion* yang sedang terjadi saat ini sehingga Levi's mampu memenuhi keinginan konsumen, di mana hal tersebut akan memberikan nilai lebih bagi para konsumen.
3. Meningkatkan pelayanan kepada konsumen melalui penanganan keluhan dan jasa konsultasi *fashion*.