

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan yaitu pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) terhadap Minat Beli, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra Merek (*Brand Image*)

Identitas Merek (*Brand Identity*) Keripik & Sale pisang Suka Senang dari keseluruhan item pertanyaan, rata-rata responden menjawab sangat setuju, sebagai keripik & Sale pisang yang biasa orang sebut keripik SBY, kemasan produk menarik, buah tangan khas Ciamis & Logo SS yang bergambar pisang & bertuliskan oleh-oleh khas Ciamis adalah produk Suka Senang.

Personalitas Merek (*Brand Personality*) Keripik & Sale pisang Suka Senang dari keseluruhan item pertanyaan, rata-rata responden menjawab sangat setuju, keripik & Sale pisang Suka Senang kering, renyah, gurih & tipis, bikin ketagihan, Produk makanan yang tidak memakai bahan pengawet dan memiliki banyak pilihan rasa.

Asosiasi Merek (*Brand Association*) Keripik & Sale pisang Suka Senang dari keseluruhan item pertanyaan, rata-rata responden menjawab sangat setuju, yaitu: Ingat keripik & sale pisang maka ingat Suka Senang, Ingat kota Ciamis & lewat kota

Ciamis maka ingat Suka Senang, Keripiknya Pak SBY adalah keripik Suka Senang khas Ciamis dan keripik & Sale pisang Suka Senang adalah produk tradisional kualitas internasional.

Sikap & Perilaku Merek (*Brand attitude & Behaviour*) Keripik & Sale pisang Suka Senang dari keseluruhan item pertanyaan, rata-rata responden menjawab sangat setuju, Produk yang kreatif dalam memanfaatkan melimpahnya ketersediaan buah pisang di Indonesia, dapat menembus pasar internasional karena tidak banyak produk Indonesia yang bisa menembus pasar internasional, produk yang dapat mengembangkan Usaha kecil & menengah di Indonesia khususnya di Kabupaten Ciamis, Jawa Barat dan produk yang dapat menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat di Indonesia khususnya di Kabupaten Ciamis, Jawa Barat.

Manfaat & Keunggulan Merek (*Brand benefit & competence*) Keripik & Sale pisang Suka Senang dari keseluruhan item pertanyaan, rata-rata responden menjawab sangat setuju, Keripik & Sale pisang Suka Senang adalah makanan higienis & sehat untuk dikonsumsi, memiliki kualitas dan citra nama yang lebih baik di banding para pesaing nya, cemilan yang digemari masyarakat modern karena tidak menyebabkan obesitas dan jika membeli Keripik & Sale pisang Suka Senang sama hal nya dengan kita mencintai produk dalam negeri.

2. Minat Beli

Dari keseluruhan item pertanyaan, rata-rata responden menjawab akan membeli produk Sale & Keripik Pisang Suka Senang. Mereka menyadari (*Awareness*), Ada produk kripik & Sale yang terbuat dari bahan dasar pisang dengan

merek Suka Senang, Sale dan keripik pisang yang renyah, banyak terdapat di gerai oleh-oleh Bandung, produk tradisional khas dari Jawa Barat dan memiliki rasa yang enak serta terjangkau/murah, mereka juga berminat (*interest*) karena cita rasa produknya, memiliki citra nama produk yang baik, di buat secara profesional, bahan baku berkualitas dan kemasan produknya bagus. Berkeinginan (*Desire*) membeli karena produknya memiliki banyak pilihan rasa, halal, tidak memakai bahan pengawet, higienis, dan sehat untuk di konsumsi. Lalu Tindakan (*Action*) Akan membeli Produk Suka Senang, Setiap lewat kota Ciamis akan membeli produk suka senang, Ingat keripik & sale maka ingat suka senang dan membelinya, Selalu beli Keripik & Sale pisang Suka Senang untuk oleh-oleh dan berlangganan untuk terus membeli produk Suka Senang.

1. Dari hasil secara keseluruhan menunjukkan bahwa karakteristik produk memiliki hubungan yang positif. Hal ini dapat dilihat dari perhitungan statistik yang menggunakan metode korelasi rank sperman sebesar 0,980. Ini menunjukkan adanya pengaruh yang besar dengan didukung nilai signifikan 0,000 terhadap minat beli konsumen.
2. Besarnya pengaruh antara Citra Merek (*Brand Image*) terhadap Minat Beli adalah 96,04%, dan sisanya hanya 3,96% dipengaruhi oleh faktor lain. Sehingga citra merek (*brand image*) Sale & Keripik pisang Suka Senang dapat diterima oleh seluruh lapisan masyarakat.
3. Dari hasil Kesimpulan pengujian hipotesis yaitu; H_0 ditolak. Berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Citra Merek (*Brand Image*) dengan Minat beli konsumen.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan yaitu pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) terhadap Minat Beli, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Sebaiknya perusahaan memperbanyak gerainya, sehingga konsumen menjadi lebih mudah untuk memperoleh produk tersebut. 17 responden/34% nya dari 50 sampel menjawab kurang setuju pada tabel 4.10.4 (banyak terdapat di gerai oleh-oleh bandung).
2. Untuk peneliti selanjutnya, sebaiknya menambahkan variabel lain selain Citra Merek (*Brand Image*), dan minat beli.