

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis data, kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian yang telah dilakukan memperlihatkan hasil  $\text{sig} = 0,000$  sehingga  $H_0$  ditolak. Hal ini menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara citra merek dengan minat beli konsumen Indomie.
2. Nilai korelasi ( $r$ ) yaitu sebesar 0,393 artinya hubungan antara periklanan dengan minat beli konsumen Indomie yang artinya hubungan antara variabel X dan Y adalah serarah dan memiliki keeratan lemah
3. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan pengaruh citra merek dan minat beli sebesar 15,4%, sedangkan sisanya sebesar 84,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

#### 5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan sehubungan dengan hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi perusahaan untuk perusahaan **PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk**, terkait dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh citra merek terhadap minat beli konsumen, walaupun seperti itu perusahaan harus melihat aspek lain yang berpengaruh juga dalam

minat beli konsumen untuk membeli produk konsumen seperti contoh promosi.

2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen seperti, kualitas produk, bauran pemasaran, pelayanan dan sebagainya.
3. Bagi peneliti selanjut, diharapkan dapat menentukan sample yang lebih banyak dan lebih luas bukan hanya Mahasiswa Universitas Kristen Maranatha saja. Hal ini bertujuan untuk mengetahui seberapa lebih besar pengaruh citra merek mempengaruhi minat beli konsumen “Indomie”

