

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli pada produk Ford. Berdasarkan hasil analisis data, kesimpulan yang bisa diambil dari hasil penelitian ini adalah:

1. Citra Merek berpengaruh terhadap Minat Beli, dari hasil penelitian < 0.05 yaitu 0.028 yang menunjukkan Citra Merek berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Beli.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Minat Beli, dari hasil penelitian < 0.05 yaitu 0.000 yang menunjukkan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Beli.

5.2 Keterbatasan penelitian

Penelitian memiliki keterbatasan pada waktu penyebaran kuesioner dan responden yang mayoritas mahasiswa, sehingga keragaman jawaban dari responden cukup kurang. Selain itu juga peneliti sempat mengalami kesulitan ketika menyebarkan kuesioner melalui Google Form dikarenakan ada beberapa responden yang kesulitan untuk membuka link tersebut. Dengan waktu pengumpulan data yang 2 bulan, peneliti dapat mengumpulkan 174 responden yang hasilnya akan diuji untuk mengetahui pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli.

Penelitian ini hanya menggunakan dua variabel independen dan satu variabel dependen saja.

5.3 Implikasi Penelitian

5.3.1 Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Citra Merek dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap Minat Beli.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memperkaya referensi dan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Minat Beli pada produk Ford khususnya di Bandung.

5.3.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian yang menggunakan variabel Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Minat beli telah diperoleh hasil yang berbeda-beda tiap variable.

Perusahaan diharuskan memahami cara-cara untuk meningkatkan Citra Merek mereka sehingga dapat menciptakan Citra Merek yang lebih baik bagi perusahaan dan produknya dimata konsumen. Karena Citra Merek merupakan aset yang penting bagi kesuksesan perusahaan. Sehingga baik perusahaan maupun konsumen, merasa diuntungkan.

5.3.3 Implikasi Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Variabel yang diteliti adalah Citra Merek dan Kualitas Pelayanan. Pada penelitian selanjutnya diharapkan agar penelitian menggunakan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian. Sampel penelitian juga harus merupakan sampel yang mewakili populasi agar hasil penelitian lebih akurat.

5.4 Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Variabel yang digunakan tidak hanya Citra Merek dan Kualitas Pelayanan karena masih terdapat faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi Minat Beli.
2. Bagi perusahaan Ford agar dapat lebih meningkatkan Citra Merek. Citra Merek yang ditingkatkan oleh perusahaan harus lebih kuat agar konsumen lebih berminat untuk membeli menggunakan dan memiliki produk dari perusahaan.
3. Bagi perusahaan lain agar dapat mempertimbangkan Kualitas Pelayanan dan Citra Merek sebagai salah satu cara untuk meningkatkan Minat untuk membeli.
4. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan metode yang berbeda dari penelitian ini, misalnya dengan metode wawancara, sehingga data yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia.