

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan yang sesuai dengan tujuan dan hipotesis dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda mengenai Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli produk Kampoeng Roti (Studi kasus pada konsumen Kampoeng Roti di Menganti), maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil uji simultan menyimpulkan bahwa variabel bebas Citra Merek (X1) dan Kualitas Produk (X2) berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap variabel terikat Minat Beli (Y) Produk Kampoeng Roti (Studi kasus pada konsumen Kampoeng Roti di Menganti). Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 \leq 0,05$  dan nilai  $F_{hitung} 28,933 \geq F_{tabel} 3,09$ .
2. Hasil pengujian secara parsial :
  1. Hasil uji parsial menyimpulkan bahwa variabel bebas Citra Merek (X1) secara parsial dan signifikan berpengaruh terhadap variabel terikat Minat Beli (Y) Produk Kampoeng Roti (Studi kasus pada konsumen Kampoeng Roti di Menganti). Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi  $0,000 \leq 0,05$  dan  $t_{hitung} 2,499 \geq t_{tabel} 1,984$ .
  2. Hasil uji parsial menyimpulkan bahwa variabel bebas Kualitas Produk (X2) secara parsial dan signifikan berpengaruh terhadap variabel terikat Minat Beli (Y) Produk Kampoeng Roti (Studi

kasus pada konsumen Kampoeng Roti di Menganti). Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi  $0,000 \leq 0,05$  dan  $t_{hitung} 2,360 \geq t_{tabel} 1,984$ .

3. Dari hasil uji parsial variabel Citra Merek (X1) dan Kualitas Produk (X2) dapat disimpulkan bahwa variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan adalah Citra Merek (X1) dalam Minat Beli Produk Kampoeng Roti (Studi kasus pada konsumen Kampoeng Roti di Menganti) dengan nilai signifikansi  $0,000 \leq 0,05$  dan  $t_{hitung} 2,499 \geq t_{tabel} 1,984$ .

## 5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian dapat dikembangkan beberapa saran yang dapat diajukan dalam penelitian ini. Adapun saran – saran yang dikembangkan sebagai berikut :

1. Kampoeng Roti diharapkan mampu menjaga nama baik perusahaan agar merek Kampoeng Roti lebih dikenal oleh banyak masyarakat dan menjadi tujuan utama konsumen untuk membeli roti.
2. Diharapkan mampu meningkatkan kualitas produknya dengan lebih menarik perhatian konsumen, mulai dari segi bentuk produk yang lebih menarik, rasa yang bervariasi serta kemasan yang lebih bagus dan bertahan lama. Daya tahan produk Kampoeng Roti juga perlu ditingkatkan agar tidak mudah basi dan jamur. Selain itu Kampoeng Roti diharapkan mampu menjaga hubungan baik dengan para konsumen sehingga konsumen merasa dihargai dan akan melakukan pembelian ulang.

3. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan mampu memperluas variabel penelitian dan pengukuran variabel penelitian sehingga dapat lebih meningkatkan Minat Beli konsumen pada produk Kampong Roti di Menganti.