

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Setelah melakukan penelitian, pengumpulan data, menganalisis data data yang diperoleh, dan melakukan perhitungan dengan Path Coefficient (Mean, STDEV, T-Values) memperoleh hasil bahwa :

1. Citra merek berpengaruh terhadap minat beli sampo Dove di Supermarket As-Sakinah Surabaya. Hal ini membuktikan bahwa semakin baik citra dari sebuah merek maka minat beli juga semakin tinggi.
2. Persepsi Harga berpengaruh terhadap minat beli sampo Dove di Supermarket As-Sakinah Surabaya. Hal ini membuktikan bahwa semakin sesuai harga yang ditetapkan dengan manfaat yang didapatkan konsumen maka minat beli konsumen akan semakin meningkat.
3. Iklan berpengaruh terhadap minat beli sampo Dove di Supermarket As-Sakinah Surabaya. Hal ini membuktikan bahwa semakin menarik iklan yang ditayangkan maka minat beli konsumen akan semakin tinggi.

## 5.2. Saran

Sebagai implikasi dari hasil penelitian dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam meningkatkan minat beli sampo Dove.

### 1. Bagi Perusahaan

- a. Sampo Dove harus bisa mempertahankan citra merek yang sudah tertanam dalam benak konsumen agar konsumen tetap percaya pada produk yang ditawarkan perusahaan.
- b. Agar harga sampo Dove sebanding dengan manfaat produk yang diterima konsumen, maka sampo Dove perlu melakukan pengembangan dan inovasi produk supaya minat beli konsumen meningkat.
- c. Sampo Dove perlu melakukan pengembangan dan inovasi yang lebih kreatif pada iklan yang ditayangkan karena iklan dapat mempengaruhi minat beli konsumen.

### 2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Sebagai bahan pertimbangan dari penelitian selanjutnya, disarankan peneliti selanjutnya untuk menggunakan variabel – variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini yang diduga dapat mempengaruhi hubungan terhadap minat beli.