

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan analisis PLS untuk menguji pengaruh variabel Inovasi produk dan *Brand Image* terhadap Minat Belin maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil pengujian hipotesis penelitian inovasi produk berkontribusi terhadap minat beli produk *hand and body* Citra di Surabaya. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat inovasi produk yang dilakukan, maka semakin tinggi juga minat beli yang dilakukan oleh masyarakat dalam produk *hand and body* Citra di Surabaya.
2. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *Brand Image* berkontribusi terhadap minat beli produk *hand and body* Citra di Surabaya. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa *Brand Image* yang baik akan menarik minat beli masyarakat dalam produk *hand and body* Citra di Surabaya.

5.2 Saran

Berdasarkan permasalahan yang telah diajukan serta hasil analisis yang sudah dilakukan dalam penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat disimpulkan dan dimanfaatkan untuk bahan dalam pengambilan keputusan :

1. Inovasi produk dan *brand image* mempunyai pengaruh terhadap minat beli. Untuk itu perusahaan diharapkan mampu terus berinovasi dalam menciptakan keunggulan pada setiap produk *hand and body* Citra sehingga mampu meningkatkan minat beli konsumen pada produk *hand and body* Citra karena inovasi produk adalah kunci untuk menciptakan nilai tambah, memenuhi kebutuhan konsumen, dan memastikan pertumbuhan jangka panjang perusahaan.
2. Bagi perusahaan diharapkan dapat melakukan inovasi produk secara berkelanjutan baik mengembangkan produk baru atau meningkatkan produk yang ada. Selain itu, perusahaan juga diharapkan dapat lebih baik memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. sehingga memungkinkan perusahaan untuk tetap relevan dan bersaing di pasar yang terus berubah. Dengan terus menghadirkan produk baru atau meningkatkan produk yang ada, perusahaan dapat mempertahankan atau bahkan meningkatkan pangsa pasar mereka.
3. Penelitian ini mempunyai kekurangan serta keterbatasan yang perlu diperbaiki bagi penelitian selanjutnya. Peneliti selanjutnya juga dapat menambahkan variabel-variabel lain yang belum diteliti serta disarankan agar peneliti dapat mengeksplorasi faktor-faktor lain dalam penelitian ini yang kemungkinan dapat memengaruhi minat beli suatu produk.