

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan melalui penyebaran kuisisioner kepada sampel yang telah ditentukan yaitu 80 orang responden mengenai Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Iphone di Outlet Erafone Mall Margocity Depok. Penulis menyebarkan kuisisioner, dengan tidak memiliki kriteria tertentu bagi responden pengunjung di outlet Erafone Mall Margocity Depok. Tidak ada karakteristik khusus tertentu untuk jenis kelamin responden, namun didominasi oleh perempuan dengan jumlah 44 orang (55%). Sedangkan responden laki - laki berjumlah 36 orang (45%).

Berdasarkan hasil analisis data dengan beberapa pengujian, maka dapat dijelaskan dalam pembahasan bahwa brand image berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Hal ini diketahui melalui hasil uji Validitas yang menyatakan bahwa variabel Brand Image dan Minat Beli dikatakan valid terbukti kebenarannya pada tabel hasil uji Validitas yang dimana seluruh pernyataan kuesioner yang diajukan memiliki nilai yang tinggi. Jika dibandingkan dengan r tabel pada sample N ke 80 yaitu 0,219. Diperoleh uji Reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* yang dimana nilai semua pernyataan pada kuesioner yang digunakan untuk mengukur semua variabel pada penganalisaan yang baik. Semua variabel memiliki *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 yaitu Brand Image sebesar 0,884 dan Minat Beli sebesar 0,959. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator pernyataan pada kuesioner adalah reliabel. Kedua uji tersebut dapat memvalidasi bahwa Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Iphone di Outlet Erafone Mall Margocity Depok adalah valid.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan variabel Brand Image memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hal ini berdasarkan tabel di atas dengan mengamati baris kolom t dan sig, maka variabel brand image (X) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap

minat beli konsumen iPhone di Outlet Mall Margo City. Pada tabel terlihat bahwa nilai signifikansi variabel Brand Image $0,000 < 0,05$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga hipotesis adanya pengaruh Brand Image terhadap Minat Beli konsumen iPhone di Mall Margo City Depok Jawa Barat diterima.

Penelitian ini juga membuktikan isi teori dari Elaboration Likelihood Model mengelaborasi pesan melalui dua jenis jalur yaitu Central Route dan Pheriperla Route

5.2 Saran

Dalam penelitian ini, adapun saran yang dapat diberikan peneliti kepada pembaca yang terdiri dari saran secara akademis dan saran secara praktis, sebagai berikut:

5.2.1 Saran Akademis

Bagi penelitian selanjutnya yang akan meneliti berkaitan dengan Brand Image terhadap Minat Beli Konsumen Iphone, dapat mengubah atau menambah variabel dependen dan Independen. Selain itu, jika peneliti selanjutnya ingin menggunakan variabel yang sama dengan objek berbeda, dapat menggunakan teori baru yang lebih relevan agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih baru. Penambahan variabel dan penggunaan teori baru bertujuan untuk menciptakan perspektif yang berbeda.

5.2.2 Saran Praktis

Pada penelitian ini, peneliti menyarankan agar perusahaan terus meningkatkan Brand Image. Kualitas produk juga dapat mempengaruhi minat beli konsumen maka pembaharuan harus terus dilakukan dengan mengikuti teknologi yang baru.

After Selling juga harus dijaga agar customer tidak kecewa saat mendapatkan kendala didevice yang dibeli dari Erafone, karna banyak kejadian customer kecewa karena pelayanan service centre buruk dan tidak memberikan solusi ketika customer mendapatkan trouble terhadap

devicenyahingga akhirnya customer tersebut memilih untuk mencoba beli di outlet lain dengan harapan mendapatkan experience yang lebih baik dari sebelumnya.

Layanan informasi bisa dimaksimalkan dengan cara aktif menjawab pertanyaan – pertanyaan customer disosial media terutama di instagram, karena saya amati di comment instagram banyak customer yang bertanya mengenai harga, promo dan stock ketersediaan barang banyak yang tidak dibalas , karena jika hal tersebut dimaksimalkan, tidak menutup kemungkinan bisa menghasilkan penjualan dioutlet.

