

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya, maka ditarik kesimpulannya bahwa :

1. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Minat Beli Shampo Clear. Hal ini sesuai dengan hasil uji t yang menunjukkan bahwa nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel dan taraf signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau $2,827 > 1.660$ nilai sig $0,006 < 0,05$. Maka dikatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Shampo Clear pada Generasi Z Kecamatan Cilodong kota Depok. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, Pengaruh yang positif dan signifikan tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Produk akan menyebabkan konsumen untuk lebih membandingkan segi kualitas dengan kompetitor lain, sehingga kualitas yang dihasilkan oleh Shampo Clear dianggap baik oleh konsumen.
2. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Harga berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Minat Beli Shampo Clear. Hal ini sesuai dengan hasil uji t yang menunjukkan bahwa nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel dan taraf signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau $4,175 > 1.660$ nilai sig $0,000 < 0,05$. Maka dikatakan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Shampo Clear pada Generasi Z Kecamatan Cilodong kota Depok. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, Pengaruh yang positif dan signifikan tersebut menunjukkan bahwa Harga yang relatif lebih murah akan menyebabkan konsumen untuk lebih membandingkan segi harga dengan kompetitor lain, sehingga harga yang diberikan oleh Shampo Clear dianggap baik oleh konsumen.
3. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Harga berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Minat Beli Shampo

Clear. Hal ini sesuai dengan hasil uji t yang menunjukkan bahwa nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel dan taraf signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau $3.600 > 1.660$ nilai sig $0,001 < 0,05$. Maka dikatakan bahwa Brand Image berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Shampo Clear pada Generasi Z Kecamatan Cilodong kota Depok. Brand Image berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, Pengaruh yang positif dan signifikan tersebut menunjukkan bahwa Brand Image yang baik akan menyebabkan konsumen untuk lebih selektif dalam menilai sebuah citra dari produk itu sendiri dan dibandingkan dengan kompetitor lain, sehingga Brand Image yang diberikan oleh Shampo Clear dianggap baik oleh konsumen.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian pembahasan dan kesimpulan tersebut, terdapat beberapa saran sebagai berikut:

1. Perusahaan Shampo Clear

- a) Untuk meningkatkan minat beli produk *Shampo* merk Clear, perusahaan lebih menekankan manfaat produk dalam promosi produk dan memiliki *e catalog* dengan informasi lengkap yang mudah diakses misalnya pada website dan sosial media official, sehingga harga akan semakin baik. Karena variabel ini memberikan kontribusi paling besar dalam minat beli konsumen.
- b) Untuk meningkatkan minat beli produk Shampo merk Clear, perusahaan lebih meningkatkan inovasi agar merk Clear dapat tersimpan dalam benak seseorang ketika membutuhkan produk Shampo.
- c) Perusahaan melibatkan pelanggan dalam promosi berupa story telling kepada calon pembelinya, mengelola review pembeli agar informasi terkait kualitas produk lebih dapat dipercaya dan membangkitkan minat beli.

2. Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel yang berbeda dalam determinan minat beli konsumen, selain itu dapat juga menggunakan produk yang berbeda dalam penelitiannya

