

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra Merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli celana jeans Jiniso.id.
2. Ulasan Konsumen secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli celana jeans Jiniso.id.
3. Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli celana jeans Jiniso.id.
4. Citra merek, ulasan konsumen dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli celana jeans Jiniso.id. Variabel yang lebih dominan berpengaruh terhadap Minat beli celana jeans Jiniso.id adalah variabel citra merek dan kualitas produk hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi citra merek yang lebih besar dibandingkan dengan koefisien regresi ulasan konsumen.

#### **5.2 Keterbatasan**

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS Versi 24 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R Square) yang diperoleh sebesar 0.487. Hal ini berarti 48.7% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Citra Merek, ulasan konsumen dan kualitas produk sedangkan sisanya yaitu 51,3% minat beli dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini serta waktu dan responden penelitian yang sangat terbatas.

#### **5.3 Saran**

1. Celana Jeans Jiniso.id dapat terus mempertahankan dan meningkatkan citra merek dengan memperhatikan logo dan perpaduan warna agar mudah diingat sehingga melekat dibenak konsumen lainnya dan meningkatkan minat beli.

2. Celana Jeans Jiniso.id diharapkan bisa menjadikan ulasan konsumen sebagai bentuk informasi dalam sebuah produk yang ditawarkan sehingga ketika konsumen ingin menggunakan produk dapat melihat informasi produk terlebih dahulu agar konsumen dapat mempercayai bahwa produk tersebut benar dan real.
3. Celana Jeans Jiniso.id tetap mempertahankan kualitas produk yang berkualitas, Agar melekat kepada konsumen bukan hanya citra mereknya tetapi dengan kualitas produknya yang sudah tidak diragukan lagi. terutama pada Generasi Z yang sangat aktif dan produktif. Dengan tetap memperhatikan nilai kenyamanan saat konsumen menggunakan produk tersebut.

