

BAB I

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian, pembahasan dan juga analisis maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Citra merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk *sunscreen* TheOriginote. Artinya citra merek yang sudah diketahui oleh konsumen meskipun mereknya sudah terkenal dan berpengaruh positif terhadap minat beli.
2. Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk *sunscreen* TheOriginote. Artinya hal tersebut membuat konsumen melakukan perbandingan harga dengan yang lainnya dan manfaat yang diberikan sehingga sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh konsumen tersebut.
3. Kualitas produk yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk *sunscreen* TheOriginote. Artinya kualitas produk merupakan suatu kondisi terpenting pada produk sehingga konsumen yang membeli produk tersebut merasakan manfaat dan nyaman dalam memakai produk tersebut.
4. Citra merek, harga kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk *sunscreen* TheOriginote. Artinya dalam

hal citra merek, harga dan kualitas produk merupakan pertimbangan penting dalam melakukan minat beli pada sebuah produk.

5.2 implikasi manejerial

Berdasarkan hasil penelitian ini maka penelitian dapat memberikan beberapa saran dan masukan yang bermanfaat bagi produk sunscreen The Originote.

1. Saran dari peneliti untuk produk TheOriginote diharapkan agar selalu terus melakukan sebuah perubahan atau inovasi dari sebuah kemasan yang sangat menarik ,untuk menciptakan kepuasan bagi konsumen dan bisa menjamin kualitas dan manfaat yang diberikan dari produk produk TheOriginote tersebut terutama untuk pemakaiannya. Selanjutn memperthankan citra merek dengan mempertahankan citra merek agar mudah di ingat. Apalagi sunscreen TheOriginote kebanyakan di konsumsi oleh perempuan sehingga akan lebih baik jika citra yang diciptakan atau inovasi telah dibuat lebih dikembangkan oleh peminat.
2. Bagi perusahaan lebih banyak dikembangkan lagi produk yang di minati oleh konsumen ,seperti meningkatkan kualitas produk supaya konsumen merasakan kepuasan dalam menggunakan prduknya.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan variabel diluar variabel yang diteliti ini agar menghasilkan hasil yang bervariatif yang dapat berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

5.3 Keterbatasan

Penelitian ini dilakukan sesuai dengan proses ilmiah, namun masih memiliki keterbatasan yang dapat dijadikan sebagai bahan bagi peneliti selanjutnya untuk mencapai hasil penelitian yang maksimal dan lebih baik. Keterbatasan tersebut sebagai berikut.

1. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (r^2) yang diperoleh sebesar 0,149 atau 14,9%. Hal ini berarti bahwa adanya koefisien determinasi (r^2) sebesar 14,9%. Hal ini menjelaskan bahwa adanya kontribusi citra merek harga kualitas produk terhadap minat beli.
2. Keterbatasan jumlah sampel atau responden yang hanya 100 responden tentunya masih kurang menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.

Dalam penelitian ini data yang dihasilkan hanya dari instrumen kuisioner berdasarkan prepsi jawaban dari responden secara online melalui google.com.