

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **1.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang penulis lakukan, maka dapat diuraikan kesimpulan bahwa Iklan dan citra merek secara bersama-sama atau simultan mempunyai pengaruh yang besar terhadap minat beli sebesar 81,7% dan sisanya sebesar 18,3% dipengaruhi oleh variabel lain. Setelah melakukan uji hipotesis diketahui terdapat pengaruh antara iklan dan citra merek terhadap minat beli produk es krim Cornetto (Wall's). Iklan dan citra merek memiliki pengaruh positif, yang berarti minat beli akan meningkat jika iklan dan citra merek baik. Lalu, secara parsial variabel iklan memiliki pengaruh yang besar terhadap minat beli sebesar 65% dan sisanya 35% dipengaruhi oleh variabel lain. Setelah melakukan uji hipotesis diketahui terdapat pengaruh antara iklan terhadap minat beli produk es krim Cornetto (Wall's). Iklan memiliki pengaruh positif, yang berarti minat beli akan meningkat jika iklan dilakukan dengan baik. Serta variabel citra merek juga mempunyai pengaruh yang besar terhadap minat beli sebesar 77,6% dan sisanya 22,4% dipengaruhi oleh variabel lain. Setelah melakukan uji hipotesis diketahui terdapat pengaruh antara citra merek terhadap minat beli produk es krim Cornetto (Wall's). Citra merek memiliki pengaruh positif, yang berarti minat beli akan meningkat jika citra merek baik. Maka, dapat disimpulkan bahwa baik secara simultan maupun parsial, iklan dan citra merek memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat beli.

#### **1.2 Saran**

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan, selanjutnya penulis mencoba memberikan beberapa saran yang dapat digunakan sebagai masukan kepada Cornetto (Wall's) sebagai berikut :

- a. Jika dilihat dari iklan yang telah dibuat dan dilaksanakan oleh perusahaan, diharapkan perusahaan dapat membuat iklan yang lebih memperhatikan informasi tentang produk pada iklan serta menambah stimulus untuk menarik perhatian konsumen. Hal ini akan mempermudah konsumen untuk memahami, mengerti dan mengingat produk yang ditawarkan oleh Cornetto (Wall's) dengan iklan.
- b. Jika dilihat dari citra merek yang sudah terbentuk pada perusahaan, diharapkan perusahaan dapat mempertahankan lagi citra merek yang ada pada produk merek Cornetto (Wall's) agar konsumen lebih berminat lagi untuk membeli. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan keunikan asosiasi merek.
- c. Jika dilihat dari minat beli konsumen yang sudah cukup baik pada Cornetto (Wall's), diharapkan perusahaan dapat meningkatkan lagi minat beli konsumen agar tujuan perusahaan tetap tercapai dan penjualan dari perusahaan lebih meningkat dari sebelumnya, hal ini dapat dilakukan dengan cara lebih mengencangkan promosi, seperti minat transaksional konsumen serta minat preferensial konsumen.



