

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan terhadap minat beli pada konsumen produk Uniqlo di Jakarta Timur berdasarkan Citra Merek dan Gaya Hidup maka Kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel Citra Merek (X1) dan Gaya Hidup (X2) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Beli (Y), Sebesar 62% yang artinya, dengan besar pengaruh 0.621 atau 62%.
2. Variabel Citra Merek (X1) secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli (Y).
3. Variabel Gaya Hidup (X2) secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli (Y).

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah dilakukan, maka saran yang penulis dapat berikan sebagai berikut:

1. Gaya hidup adalah variabel dengan memiliki rata rata paling tinggi di banding Citra Merek dengan jumlah rata-rata 51,9% yang berpengaruh positif terhadap minat beli. Oleh karena itu Uniqlo sebaiknya meningkatkan variasi produk untuk citra merek yang baik terhadap minat beli pada Produk Uniqlo.

2. Adapun dilihat dari hasil deskriptif pada variabel citra merek dengan indikator pertanyaan *Brand* Uniqlo memiliki jaringan perusahaan yang luas dengan rata-rata 4,55. Maka dari hasil ini harus dipertahankan agar meningkatkan minat beli konsumen.
3. Dilihat dari nilai hasil deskriptif pada variabel citra merek dengan indikator pertanyaan produk Uniqlo memiliki citra *fashionable* dengan rata-rata 4,01. Maka dari itu harus ditingkatkan dengan cara meningkatkan *fashion product* sesuai dengan perkembangan tren terkini.

