

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.I Simpulan

Dari hasil pengolahan data dan analisa data penelitian maka dapat disimpulkan bahwa:

- a. Loyalitas merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada lipstik Oriflame di Ciganjur Jakarta Selatan. Dimana jika konsumen semakin loyal terhadap suatu merek maka semakin besar pula minat beli dibenak konsumen.
- b. Kesadaran merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada lipstik Oriflame di Ciganjur Jakarta Selatan. Dimana jika semakin konsumen tersebut sadar akan suatu merek maka semakin besar tingkat minat beli mereka.
- c. Asosiasi merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada lipstik Oriflame di Ciganjur Jakarta Selatan. Dimana jika produk semakin menarik, maka konsumen akan tertarik dan semakin besar tingkat minat beli mereka.

Dengan hasil pengolahan data tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis terbukti bahwa adanya pengaruh loyalitas merek, kesadaran merek, dan asosiasi merek terhadap minat beli.

V.2 Saran

Dari hasil penelitian adapun masukan yang disarankan oleh peneliti sebagai berikut:

- a. Sebaiknya Oriflame lebih meningkatkan lagi mutu dan kualitas produknya agar konsumen merasa puas dan merek dapat dikenal dan diingat oleh konsumen akan kualitasnya yang baik.
- b. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk mengganti atau menambah variabel ekuitas merek seperti *brand personality* dan *brand preference* yang belum diteliti.