

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Setelah melakukan serangkaian penelitian serta pengujian hipotesis melalui analisis SPSS dan PLS (*Partial Least Square*) pada pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli *The Body Shop*, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel Citra Merek dari *Lip Gloss The Body Shop* mampu memberikan kontribusi sebesar 0,539 terhadap minat beli. Artinya semakin tinggi citra merek yang dimiliki oleh *The Body Shop*, maka konsumen akan semakin tinggi meningkatnya minat belinya. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti, karena hipotesis yang dibuat yaitu citra merek berpengaruh terhadap minat beli.
- b. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel kualitas produk merupakan variabel yang tidak mampu memberikan kontribusi terhadap selebriti pendukung dalam meningkatkan minat beli sebesar 0,019. Artinya semakin tidak baik kualitas produk *The Body Shop*, maka konsumen akan semakin tidak meningkatkan minat belinya. Hal ini tidak sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti, karena hipotesis yang dibuat yaitu kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli *The Body Shop Cinere Bellevue Mall*.
- c. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel Harga dari *Lip Gloss The Body Shop* mampu memberikan kontribusi sebesar 0,380 terhadap minat beli. Artinya menyatakan harga mempunyai pengaruh positif terhadap minat beli *The Body Shop*. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti, karena hipotesis yang dibuat yaitu harga berpengaruh terhadap minat beli.

V.2 Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan saran yang diberikan untuk menjadi masukan bagi *The Body Shop*.

a. Bagi Perusahaan

Peneliti menyerankan *The Body Shop* mengiklankan produknya melalui media televisi, sehingga konsumen dapat mempercayai pada produk *The Body Shop*. Hal ini berkaitan pada Citra Merek *The Body Shop* di mata konsumennya. Disarankan pada perusahaan supaya memberikan iklan yang lebih baik dan kreatif dari sisi pemasaran. Sehingga kemungkinan bagi konsumen Indonesia menjadi percaya dan tidak perlu pikir panjang untuk menggunakan produk *The Body Shop*. Dalam hal ini, terkait pula dengan mempertahankan citra merek pada indikator manfaat pengguna yaitu tampil percaya diri. Selain itu, indikator paling tinggi untuk meningkatkan minat beli konsumen perusahaan harus tepat memberikan harga untuk meningkatkan minat beli konsumen dan memperhatikan kualitas produk pada *The Body Shop* untuk bersaing dengan baik dengan produk lain.

b. Peneliti Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya yang ingin melakukan penelitian yang sejenis, disarankan untuk meneliti variabel-variabel lain ataupun menambahkan variabel pada penelitian ini serta memilih tempat pada outlet *The body shop* yang cukup ramai oleh pengunjung.