

BAB V

PENUTUP

V.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Kesadaran merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli. Semakin konsumen memiliki kesadaran akan merek *smartphone Apple iPhone*, maka semakin tinggi pula tingkat Minat beli konsumen terhadap *smartphone Apple iPhone*.
- b. Asosiasi merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli. Semakin tinggi Asosiasi merek atau kesan yang diberikan terhadap merek *smartphone Apple iPhone*, maka semakin tinggi pula tingkat Minat beli konsumen *smartphone* merek *Apple iPhone*.

V.2 Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

- a. Bagi Perusahaan *Apple Inc*.

Perusahaan *Apple Inc*. khususnya dalam mengembangkan produknya yaitu *smartphone Apple iPhone* disarankan untuk dapat terus meningkatkan kesadaran merek kepada konsumen dengan cara melakukan promosi dan iklan secara terus menerus melalui berbagai media khususnya lewat media internet, karena saat ini semakin banyaknya para pesaing yang bermunculan di pasar global maupun pasar di Indonesia, sehingga walaupun banyak pesaing baru yang bermunculan merek *smartphone Apple iPhone* tetap dapat tumbuh di benak konsumen.

Dan dengan melakukan promosi dan iklan secara terus-menerus juga dapat meningkatkan minat beli konsumen produk *smartphone Apple iPhone* itu sendiri.

b. Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi minat beli, misalnya faktor iklan dan harga. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti minat beli, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap responden, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia.

