

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan temuan penelitian analisis yang sudah dijelaskan, kesimpulan berikut dapat diambil:

1. Iklan memberikan pengaruh positif dan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli pada produk Scarlett di Kota Batam.
2. *Brand Image* memiliki pengaruh positif dan secara signifikan terhadap minat beli pada produk Scarlett di Kota Batam.
3. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk Scarlett di Kota Batam.
4. Iklan, *Brand Image*, dan Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli pada produk Scarlett di Kota Batam.

5.2 Saran

Dari hasil yang disampaikan dalam pembahasan dan kesimpulan yang dipaparkan, peneliti dapat memberikan saran-saran sebagai berikut, antara lain:

1. Diusulkan pada penelitian selanjutnya agar dapat menggantikan atau menambah variabel independen lain di masa yang akan datang dengan menggunakan referensi yang paling bermanfaat. mempengaruhi pilihan konsumen lebih dari yang digunakan dalam penelitian ini.

2. Dalam survei ini, kuesioner disebarakan kepada 204 orang. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah sampel untuk memperoleh hasil yang akurat dan menggambarkan keadaan sebenarnya.
3. Diterapkan untuk memperluas pengetahuan yang diterapkan. Misalnya penelitian berikut mewarisi objek dengan cara menggantinya dengan penelitian yang berbeda atau lainnya, dan penelitian ini dapat dijadikan referensi tambahan yang bermanfaat bagi peneliti lain yang ingin menggali lebih banyak informasi terkait dengan pemasaran.
4. Disarankan untuk menambah dan membuat indikator baru pada setiap variabel yang digunakan agar mendapatkan hasil yang lebih baik dan memuaskan dan responden akan lebih mudah menjawab seluruh pernyataan jika pernyataan tersebut mempunyai indikasi untuk setiap variabel dalam kuesioner.