

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Atas temuan yang telah dipaparkan di atas, dengan demikian, terdapat kemungkinan untuk menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Minat beli produk Nescafe di Kota Batam sedikit banyak dipengaruhi oleh pengaruh yang baik dan besar pada Citra Merek.
2. Keinginan dalam membeli produk Nescafe di daerah Kota Batam sedikit banyak dipengaruhi oleh dampak positif dan besar dari Kesadaran Merek.
3. Permintaan produk Nescafe di Kota Batam sedikit banyak dipengaruhi oleh faktor gaya hidup yang positif dan patut diperhatikan.
4. Pembelian produk Nescafe di Kota Batam didorong oleh gabungan dampak positif dan substansial dari Citra Merek, Kesadaran Merek, dan Gaya Hidup.

5.2 Saran

1. Penelitian berikutnya dapat memulai penelitian lebih lanjut dengan memanfaatkan kajian ini sebagai dasar, dengan menambahkan faktor-faktor terbaru dan variable yang terkait dengan Minat Beli.
2. Peneliti masa depan diharapkan dapat meningkatkan Reaksi penelitian mereka dalam keputusan pembelian dengan memperluas kelompok responden dan melakukan penelitian di berbagai perusahaan. Pendekatan ini akan mengReaksikan temuan yang lebih luas, menjadikan penelitian lebih menarik dan berwawasan luas.

3. Penelitian ini bertujuan untuk berkontribusi dalam pengembangan pengetahuan manajemen pemasaran terkait Citra Merek, Kesadaran Merek, Dan Gaya Hidup.