

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari studi yang dilakukan mengenai diferensiasi produk, citra merek dan daya tarik iklan terhadap minat beli *Body Shop* di Kota Batam, dapat disimpulkan hal-hal berikut:

1. Variabel diferensiasi produk memberikan pengaruh secara parsial terhadap variabel minat beli dan hasil uji regresi linear berganda terdapat adanya pengaruh yang signifikan dan positif antara variabel diferensiasi produk dan variabel minat beli.
2. Variabel citra merek memberikan pengaruh secara parsial terhadap variabel minat beli dan hasil pada uji regresi linear berganda menunjukkan terdapat adanya pengaruh yang signifikan dan positif pada variabel citra merek dan variabel minat beli.
3. Variabel daya tarik iklan menghasilkan pengaruh secara parsial terhadap minat beli dan menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel daya tarik iklan dan minat beli.
4. Diferensiasi produk, citra merek dan daya tarik iklan memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel minat beli.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, sejumlah saran yang bisa diberikan sebagai berikut :

1. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa 52,8% minat beli dipengaruhi oleh diferensiasi produk, citra merek, dan daya tarik iklan secara bersama-sama. Ini menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor lain yang juga memiliki potensi memengaruhi minat pembelian sebesar 47,2%. Karena itu, penulis merekomendasikan agar penelitian berikutnya dapat mengungkap variabel tambahan di luar cakupan penelitian ini, seperti *online customer review*, *brand awareness*, kepercayaan konsumen, dan lain sebagainya.
2. Dalam penelitian berikutnya, dapat digunakan karakteristik responden yang berbeda serta lokasi pengambilan sampel yang lebih luas. Dengan demikian, akan didapatkan lebih banyak data yang akan memperoleh hasil yang lebih baik dan lebih bermanfaat berkat adanya variasi variabel penelitian seperti yang telah disebutkan di atas.