

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil penelitian beberapa kesimpulan yang dapat dituliskan adalah sebagai berikut :

1. Secara parsial variabel pengalaman pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen di Indomaret Batamindo Square.
2. Secara parsial variabel kesadaran merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen di Indomaret Batamindo Square.
3. Secara parsial variabel kepercayaan konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen di Indomaret Batamindo Square.
4. Secara bersamaan variabel pengalaman pelanggan, kesadaran merek dan kepercayaan konsumen secara bersama atau simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen di Indomaret Batamindo Square.

#### **5.2 Saran**

1. Indomaret Batamindo Square menjaga dan selalu memberikan layanan yang optimal agar memberikan pengalaman pelanggan yang positif. Selain itu, menyediakan fasilitas tambahan yang mendukung kenyamanan konsumen, seperti area belanja yang lebih tertata atau layanan digital, dapat memberikan pengalaman yang lebih positif bagi pelanggan.
2. Untuk meningkatkan kesadaran merek, Indomaret Batamindo Square dapat memanfaatkan berbagai media promosi, seperti media sosial, iklan digital.

Mengadakan kegiatan promosi seperti program diskon khusus, hadiah loyalitas, atau event lokal juga dapat membantu memperkuat posisi merek di benak konsumen.

3. Untuk membangun dan mempertahankan kepercayaan konsumen, Indomaret Batamindo Square perlu menjaga konsistensi dalam menyediakan produk berkualitas serta layanan yang memuaskan.