

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil pengujian penelitian yang berjudul Pengaruh Citra Merek, Ekuitas Merek Milagros Pada Brand Loyalty Desa Marga Bhakti dapat disimpulkan bahwa:

Dari hasil pengujian penelitian yang berjudul Pengaruh Citra Merek, Ekuitas Merek Milagros Pada Brand Loyalty Desa Marga Bhakti dapat disimpulkan bahwa

1. Minat beli konsumen pada produk Milagros di Desa Marga Bhakti
Minat beli konsumen pada Milagros di Desa Marga Bhakti merupakan minat beli *transaksional*, dimana konsumen lebih berminat dan cenderung untuk membeli produk Milagros tersebut. Dimana alasan yang membuat minat konsumen untuk membeli Milagros tersebut. Seperti halnya konsumen memiliki gambaran tentang merek tersebut, seperti persepsi desain kemasan, tentang manfaat yang dimiliki Milagros, dan persepsi yang positif mengenai kandungan didalamnya, serta konsumen yang merasakan hal positif dari Milagros.
2. Faktor – faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen pada produk Milagros di Desa Marga Bhakti
Faktor – faktor yang mempengaruhi minat konsumen untuk membeli Milagros dikarenakan faktor pribadi, faktor social, dan faktor situasi. Faktor pribadi yang dimaksud seperti kebutuhan yang timbul dari dalam diri sendiri seperti membantu untuk penyembuhan penyakit, dan menjaga kesehatan tubuh. Faktor social seperti dipengaruhi oleh keluarga, teman, dan masyarakat sekitarnya. Kemudian yang terakhir faktor yang mempengaruhi minat beli adalah faktor situasi. Yang termasuk dalam hasil penelitian adalah situasi komunikasi nonpribadi, dimana situasi komunikasi ini konsumen bermiat untuk membeli merek tersebut dikarenakan konsumen mengetahui tentang Milagros melalui internet

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Kepada perusahaan yang memproduksi air minum Milagros diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan masukan dan kebijakan berkaitan dengan upaya menarik minat beli konsumen dengan tetap memperhatikan keunggulan produk dengan citra merek yang diberikan.
2. Kepada stokis maupun member agar dapat meningkatkan lagi berhubungan dengan pemasaran, agar konsumen lebih banyak mengenal tentang Milagros.

Skripsi ini mungkin masih terdapat banyak kekurangan didalamnya. Seperti memperluas penelitian seperti wilayah, sampel dan variabel. Akan tetapi, peneliti mengharapkan agar skripsi ini mampu menjadi manfaat bagi siapapun dan juga peneliti berharap agar penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber referensi bagi penelitian – penelitian selanjutnya.