

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan kepada pengikut akun Instagram autonetmagz mengenai pengaruh pengetahuan produk dan citra merek terhadap minat beli konsumen pada produk mobil Datsun maka dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut

1. Gambaran pengetahuan produk konsumen mengenai produk Datsun dari pengikut akun Instagram autonetmagz berada dalam kategori baik. Hal tersebut dapat diartikan bahwa Datsun sudah cukup baik dalam menjalankan misinya memberikan pengenalan terhadap produk mereka kepada konsumen secara umum. Mayoritas masyarakat setidaknya sudah mengenal Datsun sebagai produk mobil yang beredar dipasaran otomotif Indonesia walaupun tidak dalam tahap mengenal dan mengetahui secara mendalam terhadap produknya.
2. Gambaran citra merek produk Datsun menurut pengikut akun Instagram autonetmagz berada dalam kategori cukup baik. Hasil penelitian tersebut dapat diartikan bahwa citra yang dibangun oleh Datsun di masyarakat sudah cukup baik namun belum terlalu tinggi. Akibatnya responden masih menilali bahwa ada produk lain dalam kategori sama yang lebih baik dari Datsun.
3. Tingkat minat beli konsumen terhadap produk mobil Datsun berada pada kategori tidak baik atau rendah. Artinya konsumen kurang memiliki minat untuk membeli atau memiliki produk mobil Datsun. Konsumen menilai bahwa produk dari Datsun tidak sesuai dengan selera mereka dalam produk mobil sehingga tidak menjadikannya sebagai pilihan utama. Minat konsumen dalam mereferensikan atau merekomendasikan produk ini kepada orang lain pun rendah dikarenakan ketidaksesuaian selera juga tingkat kepercayaan yang rendah pula.
4. Pengaruh pengetahuan produk dan citra merek terhadap minat beli konsumen pada kosmetik Mirabella berdasarkan hasil penelitian yaitu dalam kategori kuat. Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 62,9%

yang artinya minat beli konsumen dipengaruhi oleh pengetahuan produk dan citra merek sebesar 62,9%.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian mengenai pengaruh pengetahuan produk dan citra merek terhadap minat beli konsumen, maka diajukan beberapa saran yang dapat menjadi solusi dari berbagai permasalahan sehingga menjadi bahan pertimbangan Datsun maupun penelitian selanjutnya dalam mengambil kebijakan.

1. Untuk menarik perhatian konsumen terhadap produk yang dipasarkan, pemberian informasi mengenai spesifikasi produk pada konsumen secara lebih jelas dan mudah dimengerti dapat dijadikan solusi. Semakin banyaknya pengetahuan produk yang dimiliki oleh konsumen maka akan meningkatkan juga ketertarikan konsumen dalam mencari informasi mengenai sebuah produk. Informasi yang mudah dimengerti oleh konsumen dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli suatu produk.
2. Untuk membentuk sebuah citra merek yang baik dipasaran, perusahaan harus mengutamakan kualitas pada produknya dalam menarik perhatian konsumen. Kualitas yang baik akan membuat citra baik juga bagi sebuah merek. Bukan hanya harga murah yang konsumen utamakan, tapi harus dibarengi juga oleh kulaitas yang diberikan.
3. Untuk meningkatkan minat beli konsumen, Datsun harus bisa membentuk citra baik dipasaran. Salah satu hal yang dapat membuat konsumen tertarik terhadap suatu produk adalah hasil dari ulasan orang lain yang sudah lebih dulu menggunakan produk tersebut. Maka perusahaan harus bisa membuat konsumen puas terhadap apa yang produk tersebut berikan sehingga ulasan baik dari konsumen akan mempengaruhi orang lain juga dalam menentukan pilihan.
4. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan penelitian dilakukan mengenai faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam produk Datsun yang tidak diteliti pada penelitian ini. Faktor-faktor lain yang dapat diteliti untuk penelitian selanjutnya yaitu *Product Quality*, *Electronic Word*

of Mouth dan Celebrity Endorser. Hal tersebut dilakukan agar memperoleh gambaran yang lebih jelas dan komprehensif mengenai minat beli konsumen pada produk Datsun.