

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah, dan analisis data yang telah dilakukan serta pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa. Dilihat dari analisis *brand image clothing* UNKL347 maka jawabannya yaitu, merupakan *clothing* yang sudah berdiri sejak lama, bertahan paling lama dalam dua dekade hingga sekarang dan UNKL347, merujuk dalam merek UNKL347 mengapa bisa dibilang *brand* yang eksklusif di kalangan remaja. logo yang kembali di terbitkan oleh UNKL347 dengan konsep lebih minimalis dengan bentuk mangkok dan juga dengan typographi 3.4.7 yang memiliki arti jika clothing ini berasal dari kota asal yaitu Bandung, yang dimana Bandung itu sendiri merupakan kota yang di kelilingi oleh pegunungan yang mengartikan bahwa pinggiran mangkok itu pegunungan dan ditengah itu adalah Kota Bandung. Dengan logo yang simple dan biasanya logo ditempatkan di kaospun tidak begitu besar hingga terlihat lebih simple, dan itu yang membuat tertarik konsumen. UNKL347 dalam desain dapat dikatakan *simple* dan dari awal UNKL347 memiliki konsep dengan para perselancar dikarenakan pada awalnya pemilik usaha Dendy Darman adalah seorang penghobi selancar, sehingga desain produk UNKL347. Harga produk yang diberikan oleh UNKL347 hingga kini merupakan harga yang terbilang cukup mahal disitulah mengapa peneliti akan meneliti harga produk yang notabennya memang untuk kalangan menengah karna UNKL347 di bandingkan dengan pot meets pop *clothing* asal Kota Bandung yang harga nya lebih mahal dari UNKL347.

Dalam pengaruh *brand image* UNKL347 pada daya tarik konsumen, mulai dari desain produk pengaruh mempunyai hasil yang tidak signifikan terhadap daya tarik konsumen UNKL347, dalam pengaruh logo terhadap daya tarik konsumen tidak mempunyai pengaruh terhadap daya tarik konsumen UNKL347, dalam pengaruh merek terhadap daya tarik konsumen tidak mempunyai pengaruh terhadap daya tarik

konsumen UNKL347, dalam pengaruh harga terhadap daya tarik konsumen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap daya tarik UNKL347.

Dari keempat komponen *brand image* UNKL347 mulai dari desain produk, logo, merek, dan harga maka yang paling berpengaruh yaitu desain produk dikarenakan desain produk memiliki jumlah skor yang berada di range paling berpengaruh. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel Desain Produk dapat baik berpengaruh terhadap daya tarik UNKL347. Maka dari itu bisa dikatakan jika desain produk yang paling berpengaruh dalam minat pembeli di UNKL347.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil peneliatan diatas, maka peneliti mengajukan beberapa saran yang dapat di berikan sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Dari penelitian yang telah dilakukan terkait *brand image* terhadap daya tarik konsumen UNKL347. Peneliti menyarankan agar meningkatkan desain produk mulai dari bahan dan kualitas agar konsumen bisa lebih loyal terhadap UNKL347 karena dengan menggunakan skala likert dengan 50 responden ini menghasilkan pengaruh desain produk terhadap daya tarik konsumen UNKL347 dengan nilai yang baik.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti menyarankan agar peneliti selanjutnya yang juga akan mengambil penelitian yang serupa agar dapat menambahkan variabel-variabel lain yang dapat menghasilkan pengaruh lebih besar terhadap daya tarik konsumen kepada perusahaan.