

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan analisis yang peneliti lakukan dengan menggunakan alat bantu program SPSS 15.00 *for Windows*, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa:

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Brand Image* tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Minat Beli Konsumen. Diperoleh hasil $t_{hitung} 0,482 < t_{tabel} 1.98472$ dengan tingkat signifikansi sebesar 5%. Maka dapat diartikan bahwa nilai t_{hitung} dari *Brand Image* terletak pada daerah penolakan H_0 dan H_1 ditolak, berarti *Brand Image* secara parsial tidak berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen produk *Cusson Baby* di Kelurahan Randuagung Gresik.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Special Event* memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Minat Beli Konsumen. Diperoleh hasil $t_{hitung} 3.421 > t_{tabel} 1.98472$ dengan tingkat signifikansi sebesar 5%. Maka dapat diartikan bahwa nilai t_{hitung} dari *Special Event* terletak pada daerah penolakan H_0 dan H_1 diterima, berarti *Special Event* secara parsial berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen produk *Cusson Baby* di Kelurahan Randuagung Gresik.
3. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Brand Image* dan *Special Event* secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh terhadap Minat Beli konsumen. Dalam pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan

uji F, diperoleh F_{hitung} sebesar 5.860 dan F_{tabel} sebesar 3,09 pada $df = 2$ dan 97 dengan tingkat signifikan 5%, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa *Brand Image* dan *Special Event* berpengaruh secara simultan terhadap Minat Beli Konsumen produk *Cusson Baby* di Kelurahan Randuagung Gresik.

5.2. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh setelah pengolahan data-data maka peneliti memberikan rekomendasi yang bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi di PT. PZ Cusson Inonesia serta bagi pihak lain yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama. Adapun rekomendasi yang bisa penulis berikan adalah sebagai berikut:

1. Citra merek (*brand image*) secara keseluruhan cukup baik, namun masih ada beberapa yang perlu dilakukan perbaikan yaitu masih minimnya kesetiaan merek dalam citra merek. Oleh karena itu PT.PZ Cusson Indonesia harus menjaga kesetiaan merek dengan melakukan perbaikan atas harga produk yang terlalu tinggi dibandingkan produk sejenis lainnya.
2. Berdasarkan penelitian mengenai *special event* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen. Maka dengan adanya hal ini menunjukkan bahwa konsumen lebih tertarik dengan adanya suatu *event*. Maka bagi perusahaan sebaiknya memiliki *event* lain yang dapat meningkatkan minat beli konsumen. Agar para konsumen menjadi lebih tertarik dengan merek perusahaan.
3. Dalam penelitian yang dilakukan peneliti, masih terdapat keterbatasan dalam hal-hal yang mempengaruhi minat beli konsumen, karena minat beli

konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh *brand image* dan *special event* saja, melainkan masih banyak variabel lain yang mempengaruhinya. Sehingga peneliti berharap variabel lain yang tidak diteliti, untuk diteliti pada penelitian berikutnya.