

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data pada bab sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan penelitian sebagai berikut :

- 1) Terdapat pengaruh signifikan kepercayaan merek, kesadaran merek dan desain kemasan secara bersama - sama terhadap minat beli oli mesin mobil Honda pada pemilik mobil Honda di wilayah Ciayumajakuning. Artinya semakin baik kepercayaan merek, kesadaran merek dan desain kemasan maka semakin meningkat minat beli oli mesin mobil Honda.
- 2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan kepercayaan merek terhadap minat beli oli mesin mobil Honda pada pemilik mobil Honda di wilayah Ciayumajakuning. Artinya semakin baik kepercayaan merek maka semakin meningkat minat beli oli mesin mobil Honda.
- 3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan kesadaran merek terhadap minat beli oli mesin mobil Honda pada pemilik mobil Honda di wilayah Ciayumajakuning. Artinya semakin baik kesadaran merek maka semakin meningkat minat beli oli mesin mobil Honda.
- 4) Terdapat pengaruh positif dan signifikan desain kemasan terhadap minat beli oli mesin mobil Honda pada pemilik mobil Honda di wilayah Ciayumajakuning. Artinya semakin baik desain kemasan maka semakin meningkat minat beli oli mesin mobil Honda.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka penulis memperoleh beberapa saran dan rekomendasi bagi para pihak yang berkaitan dengan penelitian ini.

- 1) Bagi perusahaan Honda Prospect Motor (HPM) disarankan bagi produsen oli mesin mobil Honda untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan merek, kesadaran merek dan desain kemasan. Karena dalam hasil penelitian ini variabel kepercayaan merek, kesadaran merek dan desain kemasan menunjukkan hasil yang positif dan signifikan.

- a) Berdasarkan penyebaran angket diperoleh jawaban yang rendah pada no item 2 dan 3, variabel kepercayaan merek dengan indikator kualitas produk dan keandalan, Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen kurang merasakan keandalan performa dan kualitas yang maksimal oli mesin Honda pada kendaraannya. Untuk itu perusahaan sebaiknya lebih memperhatikan kepercayaan merek dengan meningkatkan keandalan performa dan kinerja oli mesin mobil Honda dengan riset dan pengembangan produk yang lebih baik untuk meningkatkan kualitas produk, pengujian dan kontrol kualitas produk yang lebih ketat / matang agar dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan harapan konsumen, sehingga dapat bertahan dan mampu bersaing dengan kompetitor .
- b) Berdasarkan penyebaran angket diperoleh jawaban yang rendah pada no item 1 dan 2, variabel kesadaran merek dengan indikator puncak pikiran / *top of mine*. Hal ini mengindikasikan bahwa merek oli mobil Honda masih belum menjadi merek produk pertama yang muncul atau terbesit di benak konsumen pada saat konsumen akan melakukan perawatan kendaraan. Untuk itu perusahaan sebaiknya lebih memperhatikan kesadaran merek dengan meningkatkan strategi puncak pikiran / *top of mine* secara meluas pada konsumen dengan meningkatkan promosi seperti bekerjasama dengan *influencer* otomotif dan acara otomotif untuk meningkatkan eksposur merek, membangun kredibilitas dan menciptakan konten melalui media sosial yang menarik serta informatif tentang oli mesin mobil Honda.
- c) Berdasarkan penyebaran angket diperoleh jawaban yang rendah pada no item 4 dan 5, variabel desain kemasan dengan indikator kemasan yang menarik perhatian dan kemasan yang fungsional . Hal ini mengindikasikan bahwa perhatian / ketertarikan konsumen masih kurang pada kemasan oli mesin Honda. Untuk itu perusahaan sebaiknya lebih memperhatikan lagi desain kemasan dengan menggunakan warna yang lebih mencolok dan menarik perhatian konsumen, desain yang mudah dibawa dan disimpan, gambar kemasan yang menarik dan *font* atau huruf yang mudah dibaca.

- 2) Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk dapat meneruskan penelitian ini dengan mencari variabel – variabel lain yang mempengaruhi minat beli selain variabel kepercayaan merek, kesadaran merek dan desain kemasan. Misalnya dengan menggunakan variabel kualitas produk, variabel harga atau variabel lainnya yang dapat mempengaruhi minat beli oli mesin mobil Honda