

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh inovasi produk, kepercayaan merek dan harga terhadap minat beli pada produk sabun Lifebuoy survei pada masyarakat Kabupaten Kuningan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Inovasi produk, kepercayaan merek dan harga berpengaruh secara simultan terhadap minat beli pada sabun Lifebuoy di Kabupaten Kuningan. Artinya semakin tinggi inovasi produk, kepercayaan merek dan harga yang terjangkau, maka akan semakin tinggi juga minat beli konsumen pada sabun Lifebuoy.
2. Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada sabun Lifebuoy di Kabupaten Kuningan. Artinya apabila sabun Lifebuoy melakukan inovasi yang lebih menarik, maka akan semakin meningkatkan minat beli konsumen.
3. Kepercayaan Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada sabun Lifebuoy di Kabupaten Kuningan. Artinya apabila konsumen semakin percaya akan produk sabun Lifebuoy maka akan mendorong minat beli konsumen.
4. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada sabun Lifebuoy di Kabupaten Kuningan. Artinya apabila harga dikategorikan sesuai atau terjangkau, maka akan meningkatkan minat beli.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta kesimpulan yang telah dikemukakan diatas, untuk itu peneliti memeberikan beberapa saran untuk dijadikan sebagai masukan dimasa yang akan datang. Adapun saran peneliti sebagai berikut:

1. Berdasarkan kesimpulan sebagaimana telah diuraikan sebelumnya mengenai hasil penelitian yang menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Maka dari itu

perusahaan harus meningkatkan penjualan pada produk sabun lifebouy dengan memperbanyak kembali varian produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

2. Berdasarkan kesimpulan sebagaimana telah di uraikan sebelumnya mengenai hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Maka dari itu perusahaan harus lebih meningkatkan pada bidang kebersihan dan kesehatan sehingga masyarakat lebih percaya untuk menggunakan produk Lifebuoy.
3. Berdasarkan kesimpulan sebagaimana telah diuraikan sebelumnya mengenai hasil penelitian yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Maka dari itu perusahaan harus lebih memperhatikan harga produk sehingga lebih sesuai dengan produk yang mereka miliki atau meningkatkan kualitas produk sehingga sesuai dengan harga yang mereka berikan kepada konsumen.
4. Pada penelitian ini hanya menguji dan menganalisis pengaruh variabel inovasi produk, kepercayaan merek dan harga terhadap minat beli. Oleh karena itu, diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengkaji dan mengembangkan lebih lanjut penelitian ini dengan variabel-variabel lainnya yang mempengaruhi minat beli konsumen. Sehingga variabel yang mempengaruhi minat beli dapat diketahui lebih banyak.