

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Digital Marketing, Persepsi Harga dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli Tolak Angin Care pada Masyarakat Kabupaten Kuningan. Adapun kesimpulan yang diperoleh dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Digital Marketing, Persepsi Harga dan Kepercayaan Merek secara simultan berpengaruh terhadap minat beli pada produk Tolak Angin Care.
2. Digital Marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hal ini menunjukkan bahwa apabila semakin efektif Digital Marketing maka minat beli pada produk Tolak Angin Care juga akan semakin meningkat.
3. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hal ini menunjukkan bahwa apabila semakin tinggi tingkat persepsi harga maka minat beli pada produk Tolak Angin Care juga akan semakin meningkat.
4. Kepercayaan Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hal ini menunjukkan bahwa apabila semakin tinggi Kepercayaan Merek maka minat beli pada produk Tolak Angin Care juga akan semakin meningkat.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian, peneliti menyampaikan saran dengan harapan dapat dijadikan sebagai langkah minat beli melalui digital marketing, persepsi harga, kepercayaan merek. Berikut adalah saran yang dapat penulis sampaikan untuk meningkatkan minat beli produk Tolak Angin Care:

1. Bagi Perusahaan
 - a. Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Digital Marketing terhadap Minat Beli, indikator Interactivity dan Irritation memiliki nilai yang rendah.

Disarankan agar perusahaan Sido Muncul meningkatkan kualitas digital marketing Tolak Angin Care dengan mengedepankan interaktivitas dan menghindari konten yang mengganggu. Respons cepat dan konten yang melibatkan audiens dapat memperkuat hubungan dengan konsumen dan mendorong minat beli, sementara iklan yang berlebihan justru dapat menurunkannya. Oleh karena itu, strategi digital marketing yang komunikatif dan nyaman penting untuk menarik perhatian dan meningkatkan minat beli secara berkelanjutan.

- b. Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Beli, indikator Kesesuaian Harga dengan Kualitasnya dan Daya Saing Harga memiliki nilai yang rendah. Disarankan agar perusahaan Sido Muncul menjaga persepsi harga Tolak Angin Care dengan menyesuaikan harga terhadap kualitas dan memastikan daya saing di pasar. Kesesuaian harga dan kualitas membentuk persepsi nilai positif, sementara harga yang kompetitif memperkuat posisi produk. Strategi harga yang tepat dan berfokus pada persepsi konsumen diharapkan dapat meningkatkan minat beli secara berkelanjutan..
- c. Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli, indikator Rely (Dapat Diandalkan) dan Safe (Keamanan) memiliki nilai yang rendah. Disarankan agar perusahaan Sido Muncul memperkuat kepercayaan konsumen terhadap Tolak Angin Care dengan meningkatkan aspek keandalan dan keamanan. Konsistensi manfaat, kemudahan akses, serta jaminan keamanan melalui sertifikasi dan komunikasi transparan akan membangun citra merek yang terpercaya dan mendorong minat beli secara berkelanjutan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Apabila berkeinginan melakukan penelitian baik yang terkait judul yang sama atau judul lainnya sebaiknya memperluas sumber data dan informasi terlebih dahulu terkait dari penelitian tersebut agar informasi yang ditemukan lebih memperkuat peneliti dalam melakukan penelitian tersebut.