

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh Brand Ambassador, Brand Image dan Harga terhadap Minat Beli sikat gigi Formula di Kabupaten Majalengka, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Brand Ambassador*, *Brand Image* dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli. Artinya, semakin meningkat *Brand Ambassador*, *Brand Image* dan Harga maka Minat Beli akan meningkat.
2. *Brand Ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli konsumen. Artinya, semakin baik duta merek Formula di mata konsumen maka semakin tinggi pula minat beli konsumen dalam menggunakan produk tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa duta merek yang memiliki daya tarik, kredibilitas, dan popularitas mampu meningkatkan kepercayaan serta ketertarikan konsumen terhadap produk Sikat Gigi Formula.
3. *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Artinya, semakin tinggi citra merek yang dimiliki oleh Sikat Gigi Formula di benak konsumen, maka semakin tinggi pula minat beli konsumen terhadap produk tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa citra merek yang positif mampu meningkatkan kepercayaan dan keyakinan konsumen sehingga mendorong keinginan untuk membeli produk Sikat Gigi Formula.
4. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Artinya, semakin baik persepsi konsumen terhadap harga Sikat Gigi Formula, maka semakin tinggi pula minat beli konsumen terhadap produk tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang dianggap sesuai dengan kualitas dan manfaat produk dapat meningkatkan ketertarikan konsumen untuk melakukan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh mengenai pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Image* dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Sikat Gigi Formual di Kabupaten Majalengka, maka penulis membelikan beberapa saran yang di harapkan dapat menjadi pertimbangan bagi perusahaan maupun pihak – pihak terkait:

1. Berdasarkan hasil angket/kuesioner yang telah diberikan kepada 150 responden pengguna Sikat Gigi Formula di Kabupaten Majalengka, *Brand Ambassador* terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk mempertahankan dan mengoptimalkan penggunaan *brand ambassador* Marselino Ferdinan karena memiliki popularitas, kredibilitas, serta jumlah pengikut yang besar di media sosial yang dapat membantu memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap produk Sikat Gigi Formula.
2. Berdasarkan hasil angket/kuesioner yang telah diberikan kepada 150 responden pengguna Sikat Gigi Formula di Kabupaten Majalengka, *Brand Image* terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk terus memperkuat citra merek Formula melalui inovasi produk, desain kemasan yang lebih menarik, serta pemasaran digital yang kreatif dan konsisten. Upaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan persepsi positif konsumen sehingga Sikat Gigi Formula semakin dipercaya dan menjadi pilihan utama di tengah persaingan pasar.
3. Berdasarkan hasil angket/kuesioner yang telah diberikan kepada 150 responden pengguna Sikat Gigi Formula di Kabupaten Majalengka, Harga terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk mempertahankan harga yang terjangkau serta mengadakan program promosi yang menarik, seperti diskon berkala, paket bundling, dan penawaran khusus pada momen tertentu. Strategi tersebut diharapkan dapat meningkatkan daya tarik produk, memberikan nilai lebih bagi konsumen, serta mendorong peningkatan minat beli Sikat Gigi Formula.

4. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi minat beli, seperti promosi, brand awareness, kualitas produk, kepuasan konsumen, dan pengaruh media sosial. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel kepuasan konsumen atau kepercayaan merek (brand trust) sebagai variabel mediasi, serta gaya hidup, pendapatan, atau pengaruh media sosial sebagai variabel moderasi. Peneliti juga disarankan untuk memperluas cakupan wilayah penelitian, tidak hanya di Kabupaten Majalengka tetapi hingga tingkat Provinsi Jawa Barat, serta menambah jumlah responden agar hasil penelitian yang diperoleh lebih representatif dan memiliki tingkat generalisasi yang lebih baik.