

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh *Brand Image* dan Efektivitas Pemasaran terhadap Minat Beli Konsumen pada konsumen kopi robusta di Kota Bengkulu, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa citra merek memiliki peranan yang sangat penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Citra merek yang kuat dan positif mampu meningkatkan kepercayaan serta ketertarikan konsumen terhadap produk kopi robusta. Semakin baik brand image yang dibangun oleh pelaku usaha, maka semakin tinggi pula minat konsumen untuk melakukan pembelian.
2. Efektivitas Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen. Hal ini mengindikasikan bahwa strategi pemasaran yang tepat, komunikatif, dan sesuai dengan karakteristik pasar sasaran mampu meningkatkan ketertarikan konsumen. Pemasaran yang efektif akan mempermudah konsumen dalam memperoleh informasi produk serta memperkuat daya tarik produk di pasar.
3. *Brand Image* (X_1) dan Efektivitas Pemasaran (X_2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen (Y). Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi antara citra merek yang baik dan strategi pemasaran yang efektif akan secara bersama-sama meningkatkan minat beli

konsumen. Semakin kuat citra merek yang dimiliki serta semakin optimal pelaksanaan pemasaran, maka akan semakin tinggi pula kecenderungan konsumen untuk membeli produk kopi robusta di Kota Bengkulu.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah diperoleh mengenai pengaruh *Brand Image*, Efektivitas Pemasaran, dan Minat Beli Konsumen pada konsumen kopi robusta di Kota Bengkulu, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Variabel *Brand Image*, berdasarkan hasil tanggapan responden, disarankan kepada pelaku usaha kopi robusta di Kota Bengkulu untuk terus membangun dan mempertahankan citra merek yang positif di benak konsumen. Hal ini dapat dilakukan melalui peningkatan kualitas produk, inovasi dalam kemasan, serta konsistensi dalam menjaga identitas merek. Selain itu, penting bagi pelaku usaha untuk memperkuat diferensiasi produk agar lebih mudah dikenali dan memiliki keunggulan dibandingkan produk sejenis.
2. Variabel Efektivitas Pemasaran, berdasarkan hasil tanggapan responden yang masih menunjukkan adanya kekurangan, disarankan agar pelaku usaha lebih mengoptimalkan strategi pemasaran yang digunakan. Upaya yang dapat dilakukan antara lain meningkatkan pemanfaatan media digital seperti media sosial, menyampaikan informasi produk secara jelas dan menarik, serta

melakukan promosi yang tepat sasaran. Dengan pemasaran yang efektif, konsumen akan lebih mudah memahami keunggulan produk sehingga dapat meningkatkan ketertarikan untuk membeli.

3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi minat beli konsumen, seperti harga, kualitas produk, atau kepuasan konsumen. Selain itu, peneliti juga disarankan untuk memperluas jumlah sampel dan cakupan wilayah penelitian agar hasil yang diperoleh menjadi lebih komprehensif dan representatif.

