

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kesadaran Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Semakin konsumen memiliki kesadaran akan merek *smartphone Apple iPhone*, maka semakin tinggi pula tingkat Minat Beli konsumen terhadap *smartphone Apple iPhone*.
2. Asosiasi merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Semakin tinggi Asosiasi Merek atau kesan yang diberikan terhadap merek *smartphone Apple iPhone*, maka semakin tinggi pula tingkat Minat beli konsumen *smartphone merek Apple iPhone*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti bermaksud mengajukan saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan serta referensi dalam pengembangan penelitian pada masa mendatang, antara lain:

1. Bagi Perusahaan

Apple harus menjaga citra dan keunikan yang telah dibuat agar konsumen memiliki kesadaran merek terhadap produk Apple, terutama iPhone. Sebaiknya dalam hal ini Apple terus memperhatikan elemen kesadaran merek khususnya *brand recall* dan *top of mind* agar seluruh konsumen semakin menyadari akan keberadaan merek Apple untuk menciptakan loyalitas pelanggan dalam minat beli produk.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Apabila di masa mendatang terdapat penelitian serupa, diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan menggunakan variable bebas yang berbeda untuk mengetahui aspek lainnya yang mempengaruhi minat beli.