

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berlandaskan temuan analisis, pengkajian data, serta pemaparan mengenai "Pengaruh Gaya Hidup Urban Terhadap Minat Beli yang Dimediasi oleh Citra Merek", memperoleh kesimpulan:

1. *Urban Lifestyle* mengandung dampak signifikan pada Minat Beli Hunian Transpark Bintaro. Artinya, dengan menerapkan beberapa strategi seperti menyediakan fasilitas yang mendukung, memilih lokasi dekat pusat kota, menonjolkan nilai-nilai *urban lifestyle* pada strategi pemasaran, serta kualitas hunian dengan desain arsitektur yang modern akan meningkatkan minat beli konsumen terhadap hunian yang ditawarkan.
2. *Urban Lifestyle* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Brand Image* Hunian Transpark Bintaro. Artinya, mengadakan acara komunitas dan event yang menarik bagi masyarakat urban serta memberikan layanan pelanggan yang unggul akan meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan.
3. *Brand Image* mengandung dampak signifikan pada Minat Beli Hunian Transpark Bintaro. Maknanya, keunggulan pada pengalaman pelanggan, melalui layanan yang responsif dan ramah, menciptakan interaksi *positive* yang memperkuat citra merek. Kampanye pemasaran yang efektif, menggunakan media sosial, iklan kreatif, dan *influencer*, menonjolkan nilai-nilai merek dan keunggulan produk, sehingga meningkatkan minat beli.
4. *Urban Lifestyle* mengandung dampak signifikan terhadap Minat Beli yang dimediasi *Brand Image* Hunian Transpark Bintaro. Maknanya, dengan mengembangkan hunian yang mencerminkan gaya hidup urban serta memanfaatkan peran *Brand Image* yang kuat dan *positive* untuk mempromosikan hunian dapat meningkatkan minat beli konsumen.

#### 5.2 Saran

Sebagai tindak lanjut dari kesimpulan tersebut, peneliti menyarankan beberapa hal berikut:

## 1. Kepada Perusahaan

Semakin maraknya gaya hidup perkotaan yang dijalani oleh masyarakat, pengembang perlu membangun identitas merek yang kuat dan modern, serta merancang strategi yang menonjolkan lokasi strategis dan aksesibilitas ke fasilitas umum. Aktivitas pemasaran di media sosial harus menampilkan konten berkualitas tinggi yang menggambarkan kehidupan modern di apartemen. Strategi pemasaran ini penting untuk dipertahankan guna meningkatkan *Brand Image* dan mendorong minat beli pada Hunian *Transpark* Bintaro.

## 2. Kepada Peneliti Selanjutnya

Disarankan bagi pengkaji berikutnya untuk mengembangkan analisis dengan memasukkan variable lain, seperti kualitas produk, *price*, lokasi serta factor-factor lain yang mempengaruhi minat beli, yang belum diteliti dalam studi ini, untuk menyempurnakan hasil penelitian sebelumnya.