

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa minat membeli kartu perdana prabayar yang dimiliki seorang konsumen dapat dipengaruhi oleh citra merek. Ada perbedaan tingkat minat membeli pada konsumen terhadap produk kartu perdana prabayar yang memiliki citra merek yang positif dan minat membeli pada konsumen yang memiliki citra merek negatif. Hal ini ditunjukkan dari hasil koefisien perbedaannya sebesar $t = 10,117$ dengan $p = 0,000$ ($p < 0,01$), berarti ada perbedaan yang signifikan antara minat membeli kartu perdana prabayar yang mempunyai citra merek positif (Simpati) dengan yang mempunyai citra negatif (AXIS).

Konsumen yang memiliki citra merek positif lebih tinggi minat membeli terhadap kartu perdana prabayar tertentu dibandingkan konsumen yang memiliki citra merek yang negatif. Hal ini dilihat dari nilai rata-rata (*mean*) untuk minat membeli pada konsumen yang memiliki citra positif sebesar 86,33 lebih tinggi dari minat membeli pada konsumen yang memiliki citra merek negatif sebesar 74,13. Hal ini menyatakan bahwa minat membeli terhadap kartu perdana prabayar yang mempunyai citra merek positif (Simpati) rata-rata lebih tinggi dari pada minat membeli kartu perdana prabayar yang mempunyai citra merek negatif (AXIS). Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa ada perbedaan antara minat

membeli kartu perdana Prabayar yang mempunyai citra merek positif dan citra merek negatif diterima.

A. B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan di atas maka dapat diajukan beberapa saran, yaitu :

1. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan hendaknya produsen menyusun strategi pemasaran yang berkaitan dengan citra merek kartu perdana Prabayar guna meningkatkan minat membeli konsumen pada kartu perdana Prabayar.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini belum sempurna, maka bisa dilakukan penelitian kembali dengan ditambahkan jumlah subjek yang lebih besar dari penelitian sebelumnya dan dilaksanakan pada subjek dari kalangan selain mahasiswa, selain itu untuk penelitian selanjutnya perlu diperhatikan adanya keseimbangan antara jumlah aitem *favorable* dan *unfavorable*, dilakukannya *try out* citra merek, serta subjek pada faktor citra merek disamakan dengan subjek pada minat membeli. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk memperhatikan faktor-faktor yang lain yang dapat menjadi penyebab bagi konsumen yang memiliki minat membeli rendah maupun tinggi, terutama pada produk kartu perdana Prabayar. Seperti misalnya faktor pengalaman konsumen, pengetahuan terhadap produk, risiko dalam pembelian, manfaat

konsumen dalam menggunakan baik keuntungan maupun kerugian, kebutuhan akan produk, kualitas produk, dan sebagainya.