

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah

1. *Brand Awareness* berpengaruh terhadap Minat Beli produk Emina pada generasi Z di Bandar Lampung.
2. *Brand Image* berpengaruh terhadap Minat Beli produk Emina pada generasi Z di Bandar Lampung.
3. *Brand Awareness* dan *Brand image* berpengaruh terhadap Minat Beli produk Emina pada generasi Z di Bandar Lampung.

5.1 Saran

Berdasarkan Pembahasan yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan peneliti kepada Emina adalah :

1. Dari segi *brand awareness*, perusahaan harus lebih meningkatkan brand awareness kepada generasi Z seperti menambah tempat jualan produk Emina, mengadakan event produk Emina dan melakukan promosi lebih luas, agar generasi Z sadar akan produk Emina tanpa harus mereka tahu dari teman sekitar.
2. Dari segi *brand image*, perusahaan harus lebih meningkatkan *brand image* pada produk Emina ini, karena dari hasil pra survey dan hasil penelitian masih adanya generasi Z yang tidak puas setelah menggunakan produk Emina, oleh karena itu Emina harus lebih meningkatkan kualitas produknya.
3. Adanya *brand awareness* dan *brand image* ini sangat mempengaruhi terhadap minat beli produk Emina, karena kedua faktor ini sangat berperan erat terhadap minat beli, tanpa adanya kesadaran terhadap produk Emina ini maka konsumen tidak akan mengetahui produk

tersebut dan tanpa adanya brand image yang bagus maka konsumen tidak akan menentukan pilihan produk yang akan di beli, oleh karena itu perusaaah harus lebih meningkatkan kedua faktor tersebut.

