

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh harga, lokasi, dan *brand image* terhadap minat beli produk Mixue di Yogyakarta. Berdasarkan hasil analisis di bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Harga tidak berpengaruh terhadap minat beli produk Mixue di Yogyakarta.
2. Lokasi berpengaruh negatif terhadap minat beli produk Mixue di Yogyakarta.
3. *Brand Image* berpengaruh positif terhadap minat beli produk Mixue di Yogyakarta.
4. Harga, lokasi, dan *brand image* memberi sumbangan sebesar 27,4% terhadap variabel minat beli, sedangkan sisanya sebesar 72,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

#### B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka peneliti mengusulkan saran yang dapat dimanfaatkan oleh pihak Mixue di Yogyakarta berkaitan dengan harga, lokasi dan *brand image* terhadap minat beli.

1. Bagi perusahaan

Perusahaan hendaknya meningkatkan *brand image* perusahaan dengan berbagai cara agar merek Mixue lebih tertancap di benak konsumen. Hal ini dikarenakan *brand image* dapat memberi pengaruh positif terhadap minat beli.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat mengembangkan variabel-variabel baru dan memodifikasi model penelitian sehingga menghasilkan kebaharuan dalam penelitian.