

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai hubungan antara brand image dengan minat beli konsumen pada produk MS Glow terhadap mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis sebanyak 80 responden dengan menyebarkan kuesioner maka penulis mengambil beberapa kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara brand image dengan minat beli konsumen pada mahasiswa jurusan Administrasi Bisnis Prodi D-III kelas pagi dan siang sebesar 0,725 hubungan antara brand image dengan minat beli konsumen pada mahasiswa jurusan Administrasi Bisnis Prodi D-III kelas pagi dan siang relevan dengan penelitian yang berjudul **Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli: Studi pada Produk Kecantikan** oleh Ninda Fauziah dan Dadan Abdul Aziz Mubarak , bahwa hubungan antara citra merek dengan minat beli konsumen berkolerasi kuat

#### **5.2 Saran**

- a) Diharapkan perusahaan MS Glow mempertahankan brand image produk *skincare*-nya
- b) Bagi peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain didalam minat beli dan juga menambahkan jumlah sampel agar penelitian yang dilakukan dapat lebih luas lagi.