

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh berdasarkan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Brand awareness* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada Toko Depot Kamera Surabaya.
2. *Brand image* memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada Toko Depot Kamera Surabaya.
3. Kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada Toko Depot Kamera Surabaya.
4. *Brand awareness*, *brand image* dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian konsumen pada Toko Depot Kamera Surabaya.
5. Variabel *brand image* berpengaruh signifikan serta memiliki pengaruh dominan terhadap minat beli konsumen pada Toko Depot Kamera Surabaya.

B. Saran

Penulis memberikan saran pada pihak manajemen Toko Depot Kamera Surabaya berkaitan dengan pemasaran, yaitu:

1. Meningkatkan *Brand Awareness*: Meskipun *brand awareness* mungkin tidak menjadi faktor utama dalam minat beli kamera DSLR, memiliki tingkat kesadaran merek yang baik tetap penting untuk menarik konsumen baru dan

mempertahankan pelanggan setia. Lakukan upaya pemasaran untuk meningkatkan brand awareness, seperti beriklan secara online dan offline, menghadiri acara atau pameran fotografi, serta berkolaborasi dengan influencer fotografi terkenal.

2. Membangun *Brand Image* yang Positif: Toko Depot Kamera Surabaya perlu fokus pada menciptakan citra merek yang kuat dan positif di benak pelanggan. Ini bisa dicapai dengan konsisten memberikan produk kamera berkualitas tinggi, pelayanan yang baik, dan pengalaman belanja yang menyenangkan. Upayakan untuk mengkomunikasikan nilai-nilai merek dan manfaat unik dari Toko Depot Kamera Surabaya melalui berbagai saluran pemasaran seperti media sosial, situs web, dan iklan.
3. Menawarkan Kualitas Layanan yang Unggul: Fokus pada pelayanan yang unggul dapat menjadi faktor kritis untuk meningkatkan minat beli dan membangun loyalitas pelanggan. Pastikan staf di Toko Depot Kamera Surabaya dilatih dengan baik dan ramah dalam melayani pelanggan. Respon cepat terhadap pertanyaan atau keluhan konsumen dan upayakan memberikan solusi yang memuaskan jika terjadi masalah. Serta meningkatkan Pengalaman Pelanggan yang Memuaskan: Upayakan untuk memberikan pengalaman belanja yang positif dan menyenangkan bagi pelanggan. Faktor-faktor seperti kemudahan berbelanja, pembayaran yang aman, dan pengiriman tepat waktu dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan minat beli mereka di masa depan.