

## **BAB 5**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan Penelitian ini, peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut

1. *Brand Awareness* berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention*
2. *Brand Awareness* berpengaruh signifikan terhadap *Perceived Quality*
3. *Perceived Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention*
4. *Perceived Quality* memediasi *Brand Awareness* terhadap *Purchase Intention*

#### **5.2. Saran**

##### **5.2.1. Saran Akademis**

Menambahkan variabel dan kerangka penelitian sesuai dengan model yang diambil, Sehingga memperkuat hasil penelitian yang diperoleh. Menambahkan teori-teori yang mendukung penelitian sehingga dapat mengetahui hasil penelitian ini sama dan memperkuat penelitian sebelumnya.

##### **5.2.2. Saran Praktis**

Penelitian ini dapat digunakan untuk meningkatkan minat beli dari Moriku yang merupakan merek baru yang masih membutuhkan kesadaran merek yang luas. Penelitian ini juga dapat digunakan oleh perusahaan sejenis yang merupakan merek baru dengan tujuannya untuk membentuk minat beli konsumen

#### **5.3. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini tidak bisa digeneralisir dimana sampel diambil tidak merata. Penelitian ini juga tidak menggunakan keseluruhan variabel pada model yang peneliti ambil dengan hanya menggunakan satu variabel *eksogen*. Variabel lain yang tidak digunakan pada penelitian ini yaitu Variabel *Brand Loyalty* dan *Brand Association*. Penelitian ini tidak membahas loyalitas karena masih merupakan merek baru, dan brand association karena Brand Association membahas citra merek

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, I., Saputra, H. E., & Imanda, A. (2019). Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di PT.Jasa Rahardja Putra Cabang Bengkulu.
- Asdiansyuri, U., & Octavia, Y. F. (2018). Pengaruh Produk Halal Non Label Terhadap Perceived Quality Dan Minat Beli Makanan Ringan Di Mataram. *Jurnal Tata Sejuta STIA Mataram*.
- Azzari, V., & Pelissari, A. (2020). Does Brand Awareness Influences? The Mediation Role Of Brand Equity Dimensions.
- Christiano, M., Tommy , P., & Saerang, I. (2014). Analisis Terhadap Rasio Rasio Keuangan Untuk Mengukur Profitabilitas Pada Bank-Bank Swasta Yang Go Public Di Bursa Efek Indonesia.
- Darmawan, M. D., & Iriani, S. S. (2021). Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Kopi Caffino Melalui Sikap Terhadap Merek. *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 9 No 2*.
- Foroudi, P., Jin, Z., Gupta, S., Foroudi, M. M., & Kitchen, P. J. (2018). Perceptonal Components Of Brand Equity: Configuring The Symmetrical And Asymmetrical Paths To Brand Loyalty And Brand Purchase Intention. *Journal Of Business Research*.
- Ghozali, H. I. (2021). *Structural Equation Modeling Dengan Metode Alternatif Partial Least Square*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Persaingan Terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Fakultas Ekonomi UNLAT*.
- Island Sun. (2022). *Tren Pertumbuhan Makanan Ringan Di Indonesia*. Jakarta. Retrieved From [Https://Islandsunindonesia.Com/Id/Tren-Makanan-Ringan-Indonesia](https://Islandsunindonesia.Com/Id/Tren-Makanan-Ringan-Indonesia)
- Kemenperin. (2020). *Indonesia Berpotensi Labirkean Banyak Global Brand*. Jakarta: Investor Daily. Retrieved From

<https://Kemenperin.Go.Id/Artikel/21981/Indonesia-Berpotensi-Lahirkan-Banyak-Global-Brand>

- Konuk, F. A. (2018). The Role Of Store Image, Perceived Quality, Trust And Perceived Value In Predicting Consumers Purchase Intention Towards Organic Private Label Food.
- Kusuma, F. R. (2022). Pengaruh Perceived Price Dan Perceived Quality Terhadap Minat Beli Pros Cube.
- Mulyani, A. S., & Miharja, K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Susu Ibu Hamil. *Akrab Juara*.
- Musyaffi, A. M. (2021). *Konsep Dasar SEM-PLS Pada Smart PLS*. Tangerang: Pascals Books.
- Porral, C. C., & Mangin, J. P. (2017). Store Brands Purchase Intention: Examining The Role Of Perceived Quality. *European Research On Management And Business Economics*.
- Rokhman, S. F. (2020). Perilaku Mahasiswa Penikmat Kopi.
- Serajpour, S., Fattaht, M., & Zament, F. (2021). The Impact Of Social Network Marketing On Consumer Willingness For Brand Purchase, Given The Mediating Role Of Consumer Engagement. *Resistive Economics*.
- Sitorus, R. R. (2020). Moderasi Intensif Pajak Di Era Pandemi Covid 19 Atas Pengaruh E-Faktur Dan E-Bukti Potong Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.
- Sivaram, M., Munawar, A. N., & Ali, H. (2019). Determination Of Purchase Intention Through Brand Awareness And Perceived Quality. *Management Science*.
- Sugiharti, H., & Maula, K. A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa.
- Sukaatmadja, Eliasari, P. R., & Gede, I. P. (2017). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Purchase Intention Dimediasi Oleh Perceived Quality Dan Brand Loyalty. *Jurnal Unud*.

- Syahdiany, G., & Triananda, O. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Customer Experience Terhadap Brand Trust Transmart Carrefour Kota Padang .
- Syahsudarmi, S. (2021). Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Sicepat Ekspres Indonesia Cabang Pekan Baru.
- Tan, Y., Gend, S., Katsumata, S., & Xiong, X. (2021). The Effect Of Ad Heuristic And Systematic Cues On Consumer Brand Awareness And Purchase Intention: Investigating The Bias Effect Of Heuristic Information Processing. *Journal Of Retailing And Consumer Service*.
- Wang, J., Pham, T. L., & Dang, V. T. (2020). Environmental Conciousness And Organic Food Purchase Intention: A Moderated Mediation Model Of Perceived Food Quality And Price Sensitivity.
- Wulandari , N. K., Mendra, I. W., & Harwathy, T. I. (2021). Pengaruh Stres, Disiplin, Dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan The Pad Bar & Grill Legian Bali.