



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

1. Citra Merek minuman coklat berenergi Milo di dalam benak konsumen dengan skor 3,76 adalah Baik. Skor teratas untuk variabel Citra Merek adalah minuman coklat berenergi Milo memiliki rasa yang enak dengan skor 4,33 (Sangat Baik) dan skor terendah adalah mengkonsumsi produk minuman coklat berenergi Milo mencerminkan gaya hidup masyarakat kota yang modern dan sadar akan kesehatan dengan skor 3,31 (Kurang Baik).
2. Keputusan Pembelian minuman coklat berenergi dengan skor 3,68 adalah kemungkinan untuk memutuskan untuk membeli adalah Tinggi. Skor teratas untuk variabel Keputusan Pembelian adalah konsumen akan memutuskan untuk membeli produk minuman coklat berenergi Milo tanpa rasa khawatir dengan skor 3,85 (Baik) dan skor terendah adalah konsumen akan membaca informasi yang disediakan penjual seperti brosur, pamflet, display barang dengan skor 3,57 (Baik).
3. Citra Merek terbukti secara signifikan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian konsumen minuman coklat berenergi Milo di Kota Bekasi, Jawa Barat. Sehingga semakin baik citra merek maka semakin tinggi pula peluang keputusan untuk membeli.

#### B. Saran

1. Berdasarkan skor rata-rata untuk Citra Merek masih ada 2 (dua) indikator yaitu mengkonsumsi produk minuman coklat berenergi Milo mencerminkan gaya hidup masyarakat kota yang modern dan sadar akan kesehatan dan produk minuman coklat berenergi Milo memiliki kualitas terbaik dibanding minuman coklat lainnya masih perlu



ditingkatkan lebih baik lagi. Penulis menyarankan untuk menerapkan strategi yang dirumuskan oleh Kevin Kane Keller dengan *repositioning the brand* dan *changing brand*

*elements*. Juga melakukan event promosi atau potongan harga guna meningkatkan citra merek di berbagai kategori usia.

2. Dalam hal keputusan pembelian pada produk minuman coklat berenergi Milo mempunyai peluang untuk membeli yang tinggi. Namun hal yang perlu ditingkatkan adalah penulis menyarankan untuk menyediakan informasi dan display yang baik serta meningkatkan kontrol kepuasan pelanggan setelah pembelian agar lebih meningkatkan sikap konsumen untuk merekomendasikan minuman coklat berenergi Milo kepada orang lain.

Hak Cipta dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.