

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen, pembahasan dan analisa yang telah dikemukakan pada bab-bab terdahulu mengenai pengaruh Promosi Penjualan terhadap minat beli konsumen pada *Seven Petshop* Cianjur, maka hasil penelitian ini Dpat disimpulkan:

- *Seven Petshop* Cianjur melakukan kegiatan promosi penjualan dengan baik, karena *Seven Petshop* Cianjur telah melakukan bauran promosi penjualan tersebut, antara lain: sampel, paket harga, program frekuensi, hadiah-hadiah, dan garansi produk.
- Pelaksanaan Minat Beli Konsumen di *Seven Petshop* Cianjur mempunyai hasil yang baik, karena terbukti dari hasil tanggapan responden yang cenderung mengatakan sangat setuju dari pertanyaan-pertanyaan yang ada pada kuesioner.
- Promosi Penjualan mempengaruhi minat beli konsumen sebesar 6,7% sedangkan 93,3% dipengaruhi oleh faktor lain. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara Promosi Penjualan dan minat beli konsumen.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya maka ada beberapa saran yang akan diberikan sebagai masukan untuk bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan diharapkan dapat bermanfaat bagi para pengguna Promosi Penjualan sebagai alat promosi dalam usaha meningkatkan minat beli konsumen yaitu sebagai berikut :

1. Jika dilihat dari hasil tanggapan responden mengenai promosi penjualan, dapat terlihat masih lemahnya program frekuensi dari bagian promosi penjualan yang dilakukan oleh *Seven Petshop* Cianjur. Disarankan *Seven Petshop* Cianjur dapat menambah daya tariknya agar konsumen dapat lebih sering berkunjung ke *Seven Petshop* Cianjur, misalkan dengan meningkatkan kualitas salon kucing dan anjing.
2. Sebaiknya *Seven Petshop* Cianjur memantau promosi penjualan secara berjangka. Maksudnya dalam jangka waktu tertentu baurani promosi penjualan tersebut dilihat keberhasilannya. Jika ditemukan ada salah satu dari bauran promosi penjualan yang berjalan kurang baik, maka bauran promosi penjualan tersebut tidak perlu dijalankan lagi.
3. Sebaiknya perusahaan tetap menjalankan promosi penjualan dan ditambah dengan bauran promosi lainnya seperti iklan agar dapat lebih meningkatkan minat beli.

### **5.3 Kelemahan Penelitian**

Dalam penelitian ini masih banyak terdapat kelemahan dan kekurangan yang perlu diperbaiki lagi, yaitu:

1. hasil kuesioner tidak mencerminkan keadaan yang sebenarnya, itu semua tergantung responden yang mengisi kuesioner dengan sungguh-sungguh atau hanya sekedar mengisi tanpa membaca pertanyaan dalam kuesioner.
2. Jika akan diadakan penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan promosi penjualan, Sebaiknya penulis meneliti bagian-bagian dari bauran promosi penjualan satu per satu agar terlihat bauran promosi penjualan yang lebih dominan.