

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil perhitungan dan pembahasan yang telah peneliti cantumkan dalam bagian sebelumnya, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Promosi Penjualan dan dengan Minat Beli di Indomaret Surya Sumantri No. 81 Bandung pada para mahasiswa di Universitas Kristen Maranatha.
2. Peneliti menemukan bahwa sebesar 34.4% dari Minat Beli dipengaruhi oleh Promosi Penjualan pada para mahasiswa/i di Universitas Kristen Maranatha di Indomaret Surya Sumantri No. 81 Bandung.

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam bentuk dilakukan hanya pada konsumen minimarket yang berbentuk retail, yaitu di Indomaret Surya Sumantri no. 81 Bandung (sebelah kost-an Favorite). Dengan demikian, hasil penelitian ini hanya dapat digeneralisasikan untuk perusahaan sejenis
2. Penelitian ini ditujukan untuk mengukur Promosi Penjualan dan dengan Minat Beli pada responden mahasiswa.

5.3 Implikasi Penelitian

Promosi penjualan sebagai bentuk komunikasi strategis untuk menginformasikan,

mempersuasif, dan mengingatkan kembali pembeli potensial sebuah produk, ternyata dapat memiliki pengaruh terhadap minat beli. Dengan demikian, pada saat sebuah perusahaan memberikan promosi penjualan yang menarik dan informatif, maka akan mendorong munculnya minat beli, yang pada akhirnya diharapkan dapat mendorong perilaku membeli dari para responden.

5.4 Saran

Peneliti menyarankan pada peneliti selanjutnya untuk dapat memasukkan variabel-variabel independen lain yang dapat mempengaruhi minat beli, yang pada akhirnya dapat mendorong keputusan pembelian pada responden.

