

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pembahasan variable promosi, *word of mouth* dan citra merek terhadap minat beli pada toko Qolsa dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli di toko Qolsa Metro
2. *Word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap minat beli di toko Qolsa Metro
3. Citra merek tidak terdapat pengaruh dan tidak signifikan terhadap minat beli.
4. Promosi, *word of mouth* dan citra merek tidak berpengaruh dan tidak signifikan secara Bersama-sama terhadap minat beli di toko Qolsa Metro

B. Saran

Adapun saran-saran yang diberikan melakukan penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Bagi universitas agar bisa mendistribusikan skripsi ini ke anak-anak Fakultas Ekonomi dan Bisnis selanjutnya, dan menggunakan skripsi ini dengan bijak dan benar
2. Untuk Perusahaan disarankan lebih baik lagi dalam mempromosikan produk yang tersedia agar meninggalkan kesan yang positif dimata para pelanggan, serta penyampaian dalam promosi tidak terlalu susah untuk di pahami, sebagai contoh toko Qolsa harus selalu aktif dalam social media, dan selalu rajin mengupload konten-konten yang kreatif untuk menarik perhatian para konsumen. apalagi di zaman sekarang kemajuan teknologi sangat berkembang pesat, ada baiknya agar teknologi ini digunakan dengan baik.
3. Untuk penelitian selanjutnya agar bisa menggunakan skripsi ini sebagai refrensi untuk menyelesaikan studi. Dan juga bisa menggunakan variabel-variabel lain diluar skripsi ini agar penelitian lainnya semakin bervariasi