

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang diperoleh pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli merek lokal Erigo, yang artinya jika promosi penjualan ditingkatkan maka minat beli terhadap merek lokal Erigo juga akan meningkat.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli merek lokal Erigo, yang artinya jika kualitas produk ditingkatkan maka minat beli terhadap merek lokal Erigo juga akan meningkat
3. Hasil pengujian yang diperoleh secara serentak menunjukkan bahwa promosi penjualan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli merek lokal Erigo. Hal ini memberikan arti bahwa promosi penjualan dan kualitas produk yang diberikan sangat menentukan dalam minat beli konsumen Erigo di Bekasi.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini, implikasi manajerial sebagai berikut :

1. Erigo harus tetap memperhatikan dan meningkatkan promosi penjualan yang ditawarkan dalam upaya meningkatkan minat beli konsumennya. Hal tersebut dikarenakan saat ini banyaknya bisnis *fashion* yang berkembang dan banyaknya promosi penjualan yang dilakukan para pebisnis, sehingga diupayakan adanya promosi penjualan yang dilakukan Erigo dapat menarik konsumen dari segi promosi yang telah dilakukan.
2. Erigo harus senantiasa memberikan kualitas produk yang baik sehingga konsumen merasa nyaman dengan produk yang diberikan dan konsumen merasa puas dengan kualitas produk yang diberikan. Kualitas produk yang

baik nantinya akan membuat konsumen dalam memberikan penilaian produk yang baik juga.

3. Secara keseluruhan, variabel promosi penjualan dan kualitas produk memberikan pengaruh kepada konsumen Erigo di Bekasi terhadap minat beli yang dilakukan, maka disarankan produk Erigo terus mempertahankan strategi pemasaran seperti promosi penjualan yang dilakukan baik kupon, potongan harga, diskon, program loyalitas kepada konsumen, rabat, dan juga even yang dilakukan baik melalui *online shop* maupun *even* di tiap kunjungannya sehingga konsumen lebih mengetahui produk-produk apa saja yang dipromosikan oleh perusahaan tersebut. dan juga memperhatikan kualitas produk yang baik sehingga konsumen merasa puas terhadap kualitas produk yang diberikan.

