

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa Pengaruh Strategi Promosi berpengaruh positif terhadap Minat Beli Produk RumahKoe. Ini dilihat dari nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 49,3% variabel minat beli produk rumahKoe dapat dijelaskan oleh strategi promosi, serta hasil pengujiannya dari uji t menunjukkan bahwa variabel Pengaruh Strategi Promosi (X) Nilai  $t_{hitung}$  sebesar 8,837 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,66515. Hal tersebut menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $8,837 > 1,66515$ ) dan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima. Kesimpulannya dari penjelasan diatas variabel Pengaruh Strategi Promosi berpengaruh positif terhadap Minat Beli Produk Rumahkoe.

## **B. Saran**

Adapun saran yang dapat diajukan dalam penulis dari penelitian yang telah dilakukan antara lain:

1. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan data yang lebih banyak sumber maupun referensi untuk menghasilkan data yang lebih baik.
2. Untuk perusahaan lebih mengingatkan kembali tentang strategi promosi yang dapat mempengaruhi minat beli sehingga lebih baik dan mendapatkan hasil yang maksimal.