

## BAB V PENUTUP

### A. Simpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi dan *brand image* terhadap minat beli. Responden dalam penelitian ini berjumlah 77 konsumen produk *Jims Honey* mahasiswa FEBI IAIN Kudus Angkatan 2016. Setelah dilakukan analisis pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan:

1. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk *Jims Honey* pada mahasiswa FEBI IAIN Kudus Angkatan 2016.
2. *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk *Jims Honey* pada mahasiswa FEBI IAIN Kudus Angkatan 2016.
3. *Lifestyle* sebagai variable moderating, memoderasi pengaruh promosi terhadap minat beli produk *Jims Honey* pada mahasiswa FEBI IAIN Kudus Angkatan 2016.
4. *Lifestyle* sebagai variable moderating, memoderasi pengaruh *brand image* terhadap minat beli produk *Jims Honey* pada mahasiswa FEBI IAIN Kudus Angkatan 2016.

### B. Saran-saran

Penulis menuliskan saran-saran bagi pihak yang terkait, yang diharapkan saran-saran tersebut dapat memberikan berbagai manfaat:

1. Bagi konsumen diharapkan dapat memilih mana produk yang baik dan berkualitas agar tidak merasa kecewa ataupun tertipu.
2. Bagi pemilik usaha atau penjual produk, diharapkan mampu menjaga kepercayaan konsumen dengan cara memberikan kualitas pelayanan maupun kualitas produk yang terbaik bagi konsumen.
3. Hal yang tidak kalah penting bagi pemilik usaha yaitu diharapkan mampu meningkatkan strategi pemasaran misalnya gencar melakukan promosi lewat internet, media sosial, dan lain sebagainya dengan semenarik mungkin, menjalin hubungan yang baik dengan konsumen, dan lain-lain supaya pangsa pasar juga ikut meningkat.

4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi minat beli, agar bisa menghasilkan penelitian yang lebih baik dari penelitian ini.

