

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dalam penelitian ini dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Promosi Bonus Langsung dalam kemasan produk pengaruh secara parsial terhadap Minat Beli Konsumen sabun mandi Lifebuoy di Gresik..
2. Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap Minat Beli Konsumen sabun mandi Lifebuoy di Gresik.
3. *Brand Trust* berpengaruh secara parsial terhadap Minat Beli Konsumen sabun mandi Lifebuoy di Gresik
4. Promosi Bonus Langsung, Kualitas Produk dan *Brand trust* berpengaruh secara simultan terhadap Minat Beli Konsumen sabun mandi Lifebuoy di Gresik.

1.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil analisis, pembahasan, dan kesimpulan penelitian, maka saran-saran dari peneliti yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1.2.1 Bagi Aspek Manajerial

1. Berdasarkan hasil penelitian Promosi Bonus Langsung, Kualitas Produk dan *Brand Trust* berpengaruh terhadap Minat Beli, maka peneliti merekomendasikan untuk lebih memperhatikan ketiga faktor tersebut. Bukan tidak mungkin bila ketiga faktor tersebut diperhatikan dengan baik maka bisa

menjamin kelangsungan dan profitabilitas dari penjualan sabun mandi Lifebuoy.

2. Berdasarkan Uji korelasi parsial dapat diketahui bahwa variabel Promosi Bonus Langsung memiliki pengaruh yang lebih kecil dibandingkan dengan variabel yang lainnya. Maka dengan ini peneliti merekomendasikan untuk lebih memperhatikan variabel ini karena variabel ini kurang berpengaruh terhadap Minat Beli dibandingkan dengan variabel lain dan diharapkan PT. Unilever memperbaiki promosi sabun mandi Lifebuoy.

5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

1. Penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan referensi mengenai Promosi Bonus langsung, Kualitas Produk dan *Brand Trust* pada suatu penjualan.
2. Penelitian ini bisa dikembangkan dengan menambah jumlah variabel atau mengganti variabel atau mengganti alat analisis.