

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pada penelitian diatas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

- Variabel Gaya Hidup (X1) mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat beli pada toko chielin Surabaya.
- Variabel Promosi (X2) mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat beli pada toko chielin Surabaya.
- Variabel Citra Merk (X3) mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat beli pada toko chielin Surabaya.
- Variabel Gaya Hidup, Promosi, dan Citra Merk secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat beli pada toko chielin Surabaya.
- Variabel independen yang paling dominan pada penelitian ini adalah variabel variabel Citra Merk (X3), sedangkan variabel independen yang tidak dominan adalah variabel Promosi (X2).

5.2. Saran

Berdasarkan hasil pada penelitian dan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut.

- **Bagi perusahaan**
Diharapkan untuk perusahaan, agar lebih mengencarkan lagi kegiatan promosi, karena informasi yang diterima oleh konsumen dapat meningkatkan penjualan.
- **Bagi Akademik**
Diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan dokumentasi sebagai bahan acuan penelitian,selanjutnya dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan minat beli
- **Bagi peneliti selanjutnya**
Diharapkan hasil penelitian di atas dapat dijadikan pembanding dengan penelitian yang akan dilakukan, dapat pula dijadikan sebagai referensi penelitian yang akan dikembangkan lagi pada penelitian berikutnya.