

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan dengan *Partial Least Square (PLS)* mengenai Promosi, Harga, Citra Merek, dan Minat Beli terhadap konsumen sepatu reebok maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli sepatu reebok, artinya dapat dijelaskan bahwa promosi yang dilakukan oleh reebok dapat dijadikan sebagai faktor utama konsumen untuk menentukan minat beli terhadap produk reebok.
- b. Harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli sepatu reebok. Artinya dapat dijelaskan bahwa harga yang ditawarkan oleh reebok dapat diterima oleh konsumen dan mempengaruhi minat beli konsumen.
- c. Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli, artinya dapat dijelaskan bahwa merek yang mudah di kenali dapat dijadikan sebagai faktor utama saat konsumen akan melakukan minat beli terhadap suatu produk.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Dalam penelitian yang telah dijalankan peneliti tentunya mempunyai banyak keterbatasan. Keterbatasan yang membatasi penelitian ini, antara lain sebagai berikut :

- a. Dengan adanya pandemic COVID-19 penulis memiliki keterbatasan yaitu tidak bisa berinteraksi secara langsung dengan responden dan penulis tidak bisa mengunjungi store Reebok secara langsung untuk melakukan penyebaran kuesioner atau berinteraksi langsung dengan pengunjung atau konsumen.
- b. Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuesioner online yaitu jawaban yang diberikan oleh sampel tidak menunjukkan keadaan sesungguhnya

- c. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli dalam penelitian ini hanya terdiri dari variabel Promosi, Harga, dan Citra Merek dan kemungkinan masih bisa menggunakan variabel lain di luar ketiga variabel tersebut untuk menjadi bahan penelitian sehingga bisa mendapatkan hasil yang berbeda.
- d. Peneliti sulit mendapatkan kepastian ketika menyebarkan kuesioner agar dapat mengumpulkan responden sesuai sample yang telah di tentukan.

### 5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan pembahasan di atas maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan promosi, memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap minat beli konsumen reebok. Peneliti menyarankan kepada reebok agar mempertahankan promosi yang dilakukan terhadap produknya dan kepada konsumen, karena promosi merupakan faktor utama dalam menarik konsumen dalam menentukan minat beli.
- b. Untuk peneliti selanjutnya penulis menyarankan agar peneliti selanjutnya dapat meneliti lebih lanjut terkait penelitian variabel promosi, harga, dan citra merek terhadap minat beli agar menjadikan penelitian yang lebih sempurna.