

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Promosi berkontribusi terhadap Minat Beli Smart TV merek Sharp di Surabaya Timur. Dengan ini dapat disimpulkan semakin baik dan menarik suatu promosi terhadap produk Smart TV Sharp maka semakin tinggi pula minat beli konsumen.
2. Brand Awareness berkontribusi terhadap Minat Beli Smart TV merek Sharp di Surabaya Timur. Dengan ini dapat disimpulkan semakin tinggi brand awareness konsumen terhadap produk Smart TV merek Sharp maka semakin tinggi pula minat beli terhadap produk tersebut. Hal ini terjadi karena ketika responden menginginkan Smart TV mereka memutuskan untuk membeli Smart TV merek Sharp karena mereka telah mengenal merek tersebut sebelumnya. Khususnya di Surabaya Timur.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Produk Smart TV merek Sharp harus dapat memberikan kesan yang memuaskan dan meningkatkan strategi pemasaran melalui Promosi, karena apabila perusahaan melakukan hal tersebut dengan baik, maka akan dapat menunjang konsumen dalam menentukan pilihan pembelian Smart TV.
2. Produk Smart TV merek Sharp memiliki brand awareness yang baik. Hal ini disebabkan adanya kepercayaan dan kepuasan konsumen dalam membeli produk Sharp. Oleh sebab itu produk Smart TV merek Sharp harus mempertahankan terutama pada brand awareness. Semakin baik brand awareness yang dilakukan

oleh produk Smart TV merek Sharp, maka minat beli konsumen akan semakin meningkat.

3. Dan bagi penelitian selanjutnya, hasil ini dapat digunakan sebagai referensi tambahan untuk melakukan penelitian selanjutnya, serta diharapkan dapat menambah variabel lainya selain variabel yang digunakan pada penelitian ini.