

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari uji analisis yang telah dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel *Product* (X1), *Price* (X2), *Place* (X3), *Promotion* (X4) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen (Y) pada Persewaan Kostum *Cosplay* Surabaya.
2. Variabel *Product* (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen (Y) pada Persewaan Kostum *Cosplay* Surabaya.
3. Variabel *Price* (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen (Y) pada Persewaan Kostum *Cosplay* Surabaya.
4. Variabel *Place* (X3) secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap Minat Beli Konsumen (Y) pada Persewaan Kostum *Cosplay* Surabaya
5. Variabel *Promotion* (X4) secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap Minat Beli Konsumen (Y) pada Persewaan Kostum *Cosplay* Surabaya

5.2. Saran

Peneliti membuat beberapa rekomendasi berdasarkan kesimpulan dan temuan penelitian ini, antara lain:

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan Persewaan Kostum *Cosplay* Surabaya untuk selalu memperhatikan *Marketing Mix*nya yaitu yang terdiri dari *Produk, Price, Place, Promotion* terutama pada *place* dan *promotion*. Meningkatnya minat pelanggan terhadap Persewaan Kostum *Cosplay* Surabaya dapat dicapai melalui peningkatan kombinasi *marketing mix* yang digunakan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian seterusnya diharapkan lebih bervariasi dalam menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen. Selain itu, penelitian tersebut dapat mencakup faktor lain yang mungkin mempengaruhi minat beli konsumen.