

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengenai promosi dan *fashion involvement* terhadap minat beli konsumen di colorbox Lampung. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Colorbox Lampung
2. *Fashion involvement* berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Colorbox Lampung
3. Promosi dan *fashion involvement* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Colorbox Lampung

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka meningkatkan minat beli konsumen di colorbox Lampung, maka disarankan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebaiknya perusahaan memperhatikan promosi yang dilakukan secara online dan media cetak. Dengan memperbaiki promosi secara online ini akan dapat memberikan informasi terkait produk kepada konsumen secara merata. Contohnya dengan memperbanyak informasi terkait produk yang sedang ditawarkan. Dan untuk promosi secara langsung, colorbox dapat lebih menggunakan alat promosi yang dapat menunjang dalam menyampaikan promosi yang lebih luas kepada konsumen. Contoh yang dapat perusahaan lakukan dalam promosi secara langsung yaitu dengan mengadakan event untuk meningkatkan pengetahuan tentang produk dari colorbox.

2. Perusahaan tetap mengembangkan keterlibatan konsumen akan produk yang mereka hasilkan untuk menunjang hasil produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Dengan melibatkan konsumen dalam tren fashion dapat meningkatkan minat konsumen akan produk dari colorbox.
3. Peneliti menyarankan bagi peneliti lainnya masih memungkinkan untuk menambahkan variabel lainnya untuk menunjang hasil penelitiannya.