

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

#### A. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Citra Merek tidak memiliki pengaruh yang positif terhadap minat beli kembali Kopi Kenangan
2. Promosi Penjualan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat beli kembali.

#### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, maka terdapat beberapa hal yang disarankan oleh peneliti sebagai berikut:

##### 1. Bagi Perusahaan

- a. Kopi Kenangan diharapkan dapat mengembangkan strategi promosi penjualan, agar Kopi Kenangan dapat meningkatkan penjualan. Serta Kopi Kenangan diharapkan dapat membuat strategi promosi penjualan yang menarik dan unik.
- b. Kopi Kenangan diharapkan dapat membangun loyalitas dengan pelanggan agar para pelanggan Kopi Kenangan tidak beralih ke pesaing.

##### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Diperlukan penelitian selanjutnya dengan mencari variabel lain agar didapatkan variabel apa saja yang dapat berpengaruh positif terhadap minat beli kembali Kopi Kenangan.



- b. Diharapkan mampu memperbaiki keterbatasan yang ada dalam penelitian ini dengan menggunakan pendekatan lainnya.

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

