

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh *event marketing*, *point of purchase*, dan *personal selling* terhadap minat pembelian Djarum Super MLD maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. *Event marketing* Djarum Super MLD tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian.
2. *Point of purchase* Djarum Super MLD tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian.
3. *Personal selling* Djarum Super MLD berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian.
4. *Event marketing*, *point of purchase* dan *personal selling* Djarum Super MLD tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian.

## **B. Saran**

Saran yang direkomendasikan berdasarkan hasil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Untuk penelitian selanjutnya perlu menambahkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi minat pembelian. Dapat menggunakan metode penelitian longitudinal yaitu dilakukan berulang ulang dalam periode tertentu.

Untuk manajemen Djarum Super MLD perlu mempertahankan *personal selling* yang telah diterapkan karena *personal selling* merupakan alat yang efektif untuk membentuk minat pembelian.