

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian ini mengenai promosi dan pembentukan minat konsumen di PT. Alkamil Group Malang, maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel bebas yaitu promosi (X) memiliki pengaruh terhadap variabel terikat yaitu minat konsumen (Y) sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat promosi yang dilakukan oleh PT. Alkamil Group Malang, maka semakin tinggi pula minat konsumen terhadap produk perusahaan. Dengan adanya peningkatan kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan maka pembentukan minat konsumen dapat terjadi melalui kegiatan promosi perusahaan. Semakin tingginya minat dari konsumen, dapat menjadi pemicu atau dorongan kepada konsumen untuk melakukan pembelian sehingga dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.

#### **B. Saran**

Terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan dan pertimbangan untuk langkah PT. Alkamil Group Malang selanjutnya dalam menerapkan kegiatan perusahaan :

1. Melihat dari promosi merupakan salah satu aspek penting dalam menarik minat konsumen, maka diharapkan PT. Alkamil Group lebih meningkatkan kegiatan promosinya dengan cara-cara yang menarik seperti memberikan promo-promo pada hari libur, bonus

perjalanan gratis setelah umroh, paket wisata islami yang menarik, dan memberikan bonus yang besar kepada agen-agen bisnisnya untuk mencari konsumen sebanyak-banyaknya sehingga dapat meningkatkan pembentukan minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

2. PT. Alkamil Group Malang diharapkan lebih sering meng-*upgradeweb online* yang ada di internet karena melalui *web* di zaman *digital* seperti sekarang akan sangat mudah untuk melakukan promosi sehingga dapat membentuk minat konsumen yang melihatnya.
3. Melakukan promosi produk perusahaan melalui media sosial dengan memberikan kata-kata, dan gambar atau konten video yang menarik yang berhubungan dengan produk agar menjadi viral karena saat ini promosi dengan menerapkan media sosial sebagai sarana pemasaran (*viral marketing*) sangat mudah dilakukan agar konsumen tertarik untuk mendaftar umroh atau haji plus pada PT. Alkamil Group Malang.
4. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan topik yang sama.