

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dimana penulis menganalisis terkait Promosi sebagai variabel X1, Harga sebagai variabel X2, Keputusan Pembelian sebagai variabel Y dan Minat Beli sebagai variabel Z sehingga penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli.
3. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
4. Harga tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
5. Minat Beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
6. Minat Beli mampu memediasi Promosi terhadap Keputusan Pembelian.
7. Minat beli mampu memediasi Harga terhadap Keputusan Pembelian.

5.2 Keterbatasan

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor yang agar dapat untuk lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang dalam lebih menyempurnakan penelitiannya karna penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian tersebut, antara lain :

1. Jumlah responden yang hanya 168 orang, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.
2. Objek penelitian hanya di fokuskan pada social media Instagram yang mana hanya satu dari banyak sosial media lain yang juga banyak terdapat aktifitas terkait dengan pemasaran produk dan bisnis lainnya. Misalnya Tiktok dan KFCApps.
3. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui

kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena kadang perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda tiap responden, juga faktor lain seperti faktor kejujuran dalam pengisian pendapat responden dalam kuesionernya.

5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dijalankan ada beberapa saran yang dapat diajukan, sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya
 - a. Dalam penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengambil sampel yang lebih banyak, hal ini bertujuan untuk keakuratan data yang lebih baik dalam penelitiannya.
 - b. Melakukan penelitian yang berkelanjutan, hal ini agar dapat melihat dan menilai setiap perubahan perilaku responden dari waktu ke waktu.
 - c. Diharapkan adanya tambahan variabel lain yang mungkin juga mempengaruhi banyak hal dalam penelitian ini.
2. Bagi perusahaan atau penjual
 - a. Diharapkan penjual di sosial media dapat meningkatkan mutu konten dan pelayanan yang diberikan kepada calon konsumen.
 - b. Kepercayaan merupakan hal yang penting bagi konsumen, diharapkan penjual dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dengan melengkapi akunnya dengan testimoni dari pelanggan sebelumnya yang telah puas dengan pembeliannya.