

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini didasarkan pada rumusan masalah yang ingin menganalisis bagaimana pengaruh Sistem pemasaran dalam memediasi Perilaku Konsumen dan Digital Marketing terhadap Minat berwirausaha ikan guppy pada komunitas Keluarga Guppy Bekasi (KGB) di tahun 2023. Lebih lanjut berdasar pada hasil pembahasan maka disimpulkan bahwa:

1. Perilaku Konsumen secara positif mempengaruhi Minat Berwirausaha ikan guppy pada masyarakat Bekasi terhadap ikan guppy. Dengan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa perubahan perilaku konsumen baik meningkat atau menurun akan memberikan dampak yang penting terhadap minat berwirausaha masyarakat beksi dibidang bisnis ikan guppy.
2. Digital Marketing secara positif berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha ikan guppy pada masyarakat Bekasi terhadap ikan guppy. Dengan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa perubahan digital marketing baik meningkat atau menurun akan memberikan dampak yang penting terhadap minat berwirausaha masyarakat beksi dibidang bisnis ikan guppy.
3. Perilaku Konsumen dan Digital Marketing secara positif bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha masyarakat Bekasi terhadap ikan guppy. Dengan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa perubahan secara simultan yang diakibatkan perilaku konsumen dan digital marketing baik meningkat atau menurun akan memberikan dampak yang penting terhadap minat berwirausaha masyarakat beksi dibidang bisnis ikan guppy.

5.2. Keterbatasan penelitian

Penelitian ini dilakukan sesuai dengan proses ilmiah, namun masih memiliki keterbatasan yang dapat dijadikan sebagai bahan bagi peneliti selanjutnya untuk mencapai hasil penelitian yang maksimal dan lebih baik. Keterbatasan tersebut sebagai berikut:

1. Terdapat kendala dalam menentukan jumlah populasi dan teknik sampling yang dinilai tepat dalam mewakili proporsi persebaran responden yang akan diberikan kuesioner. Hal ini dinilai dapat menyebabkan bias penelitian dan hasil yang kurang optimal sehingga dengan kendala tersebut gambaran kondisi nyata belum mampu dicapai.
2. Sulitnya mencari dimensi dan indikator yang berkaitan dengan digital marketing dalam bisnis ikan guppy. Selain itu penyesuaian indikator yang ada terkadang tidak sesuai dengan konsep awal yang sudah ditunjukkan dalam pembuatan penelitian ini dimana dalam penelitian ini menurut peneliti hanya berfokus pada pemasaran social media atau *Social media Marketing*.
3. Terdapat keterbatasan tentang pemilihan penggunaan dimensi yang sesuai untuk Minat Berwirausaha ikan guppy utamanya dalam skala lingkungan yang dimana teori tentang Minat Berwirausaha memiliki beberapa jenis teori yang perlu disesuaikan kembali untuk sistem bisnis ikan guppy.

5.1. Saran

Berdasarkan Hasil pada Penelitian dan pembahasan serta kesimpulan diatas tentang Pengaruh Strategi Pemasaran dalam Memediasi Perilaku Konsumen dan Digital Marketing terhadap Minat Berwirausaha Ikan Guppy pada Komunitas Keluarga Guppy Bekasi (KGB) maka ada beberapa saran yang peneliti ajukan yaitu:

1. Perlunya mempertimbangkan peningkatan populasi yang dipilih dalam penelitian di masa depan. Dalam konteks ini, mengambil sampel dari berbagai elemen masyarakat yang khusus berdomisili di bekasi akan memberikan gambaran yang lebih luas dan mewakili dalam analisis yang dilakukan. Dengan demikian, hasil penelitian akan lebih dapat diterapkan secara umum dan memiliki tingkat validitas yang lebih tinggi.
2. Dalam penelitian ini, sulitnya menemukan dimensi dan indikator yang tepat untuk mengukur digital marketing dalam bisnis ikan guppy menunjukkan perlunya penelitian yang lebih mendalam dan khusus untuk konteks ini. Penting untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan mengidentifikasi dimensi dan indikator yang lebih spesifik dan relevan dengan bisnis ikan guppy, bukan hanya terbatas pada pemasaran media sosial. Dengan demikian, penelitian akan memberikan wawasan yang lebih komprehensif dan aplikatif.
3. Kesimpulan dari keterbatasan pemilihan dimensi pemasaran bisnis ikan guppy dalam skala komunitas adalah perlunya adaptasi teori-teori pemasaran yang ada untuk konteks bisnis ini. Dalam penelitian berikutnya,

Dianjurkan untuk melakukan kajian yang lebih mendalam tentang strategi pemasaran yang cocok untuk bisnis ikan guppy dalam skala komunitas. Dengan memperhatikan karakteristik khusus dari industri ini, peneliti dapat memodifikasi dan menerapkan teori pemasaran yang sesuai untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang strategi pemasaran yang efektif dalam konteks tersebut.

