

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis penelitian dan pembahasan tentang Pengaruh Harga dan Promo Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian Wafer Nabati. Maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil tabel 4.11 diatas dapat diketahui untuk variabel Harga (X1) diperoleh nilai t-hitung sebesar $3,835 > 1,65922$ (t tabel) dengan sig. $0,000 < 0,05$ (α) atau nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Maka dari itu H_0 ditolak atau H_a diterima yang berarti bahwa secara parsial Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
2. Berdasarkan Tabel 4.11 diatas dapat diketahui untuk variabel Promo Media Sosial Instagram diperoleh t-hitung sebesar $5,539 > 1,65922$ (t tabel) dengan sig. $0,000 < 0,05$ (α) atau nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Maka H_0 ditolak atau H_a diterima yang berarti bahwa secara parsial Promo Media Sosial Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
3. Berdasarkan Tabel 4.12 Uji F hasil uji simultan telah diperoleh F hitung nilai F hitung sebesar 88,572 yang mana lebih besar daripada 2,69 (F tabel) berdasarkan nilai tersebut maka didapatkan sebuah kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari hasil uji tersebut juga dapat diketahui bahwa nilai signifikan sebesar 0,000 yang mana lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan kedua hal tersebut menunjukkan bahwa secara bersama-sama atau simultan variabel Harga dan Promo media sosial instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Wafer Nabati Transmart Juanda Bekasi. Hal ini juga menunjukkan bahwa harga dan promo media sosial Instagram merupakan variabel penting yang berpengaruh dengan Keputusan Pembelian.

5.2 Implikasi Manajerial

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dari berbagai pihak yang berkepentingan yaitu :

1. Bagi perusahaan Wafer Nabati. Dari hasil penelitian ini, diharapkan perusahaan bisa memberikan harga yang memang sesuai dengan kualitas barang, dapat melakukan promo yang menarik, melakukan inovasi terhadap produk seperti design kemasan ataupun menambahkan variant rasa untuk lebih meningkatkan keputusan pembelian pada Wafer Nabati.
2. Bagi objek penelitian Transmart Juanda. Dari hasil penelitian ini, juga diharapkan dapat menetapkan harga dan promo dengan sesuai agar menambah tingkat keputusan pembelian pelanggan di Transmart Juanda.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti topik ini secara mendalam, maka penulis lebih menyarankan agar memasukan variabel bebas lainnya selain Harga dan Promo Media Sosial Instagram, sebagai bahan perbandingan dan juga untuk memperbanyak informasi tentang faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.