

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

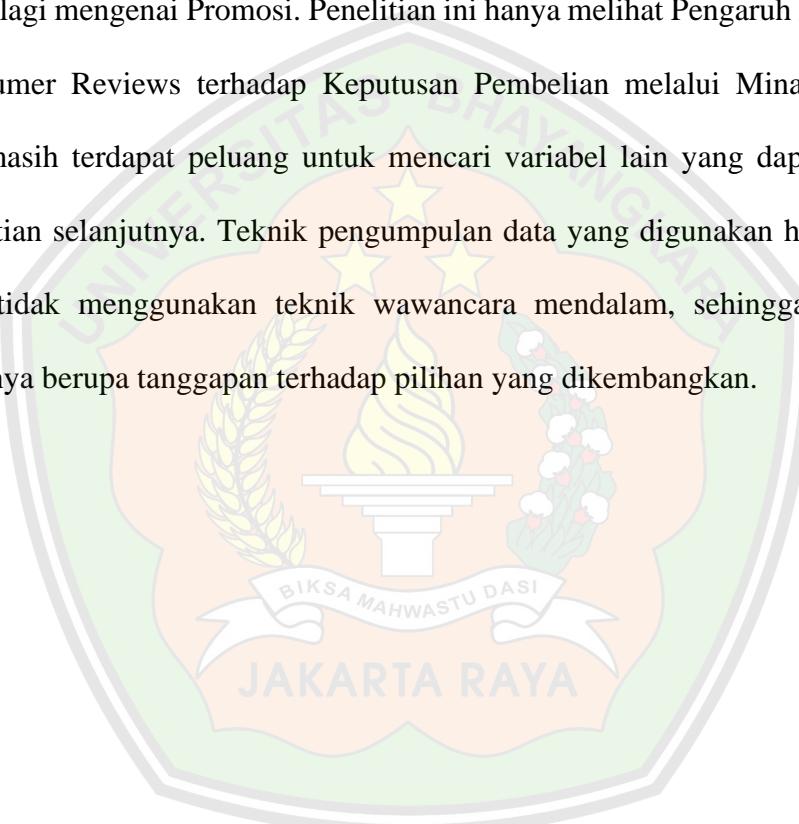
Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan judul **“Pengaruh Promosi dan Online Costumer Reviews terhadap Keputusan Pembelian gitar Fender Stratocaster melalui Minat Beli di Tokopedia”**. Dapatditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Promosi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan terhadap Minat Beli. Artinya strategi promosi yang digunakan tidak efektif dalam meningkatkan minat beli konsumen, atau ada faktor lain yang lebih dominan mempengaruhi minat beli dibandingkan promosi yang dilakukan. Selain itu, bisa juga diartikan bahwa konsumen tidak terlalu terpengaruh oleh promosi dalam mengambil keputusan pembelian, mungkin karena mereka lebih mengandalkan faktor lain seperti kualitas produk, harga, atau rekomendasi dari orang lain.
2. Online Costumer Reviews dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan terhadap Minat Beli. Artinya bahwa Online Costumer Reviews dapat menjadi faktor penting dalam proses pengambilan keputusan konsumen. Ulasan yang positif cenderung meningkatkan minat beli, sementara ulasan yang negatif dapat menurunkannya.

3. Promosi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Artinya bahwa strategi promosi yang efektif dapat meningkatkan kemungkinan konsumen untuk membeli produk atau layanan. Dengan kata lain, promosi yang menarik dan relevan dapat memperkuat minat konsumen, meningkatkan kesadaran merek, dan mendorong tindakan pembelian. Oleh karena itu, perusahaan perlu merancang dan melaksanakan program promosi yang sesuai untuk mencapai hasil yang diinginkan dalam penjualan.
4. Online Costumer Reviews dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Artinya Online Costumer Reviews yang memiliki dampak yang nyata terhadap keputusan konsumen untuk membeli suatu produk atau layanan. Ulasan yang positif dapat meningkatkan kepercayaan dan ketertarikan konsumen, mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Sebaliknya, ulasan yang negatif dapat mengurangi minat dan kepercayaan, sehingga menghambat keputusan pembelian. Ini menekankan pentingnya bagi perusahaan untuk mengelola dan merespons ulasan pelanggan secara efektif untuk mempengaruhi persepsi dan keputusan konsumen.
5. Minat Beli dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ada signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Artinya minat beli konsumen secara langsung mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli suatu produk atau layanan. Ketika minat beli konsumen tinggi, kemungkinan mereka untuk melakukan pembelian juga meningkat. Oleh karena itu, memahami dan meningkatkan minat beli konsumen adalah penting bagi perusahaan untuk mendorong penjualan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang diketahui dan tidak terduga, dan hasil yang diperoleh tidak memuaskan. Beberapa keterbatasan dan saran untuk penelitian selanjutnya adalah jumlah responden hanya 200 orang, sehingga data yang diperoleh belum menjelaskan kondisi yang menyebabkan meluasnya Promosi di kalangan konsumen. Untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan jumlah responden yang lebih banyak lagi mengenai Promosi. Penelitian ini hanya melihat Pengaruh Promosi dan Online Costumer Reviews terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli Oleh karena itu, masih terdapat peluang untuk mencari variabel lain yang dapat dijadikan bahan penelitian selanjutnya. Teknik pengumpulan data yang digunakan hanya berupa angket dan tidak menggunakan teknik wawancara mendalam, sehingga data yang diperoleh hanya berupa tanggapan terhadap pilihan yang dikembangkan.



5.3 Saran

Peneliti memaparkan manajerial dan implikasinya berdasarkan analisis penelitian dan pembahasan mengenai gitar Fender Stratocaster yang dijual di Tokopedia, khususnya pada topik berikut: promosi, review pelanggan online, dan keputusan pembelian.

1. Bagi Perusahaan/Pelaku Bisnis

Disarankan untuk Tokopedia untuk lebih memperhatikan strategi dalam permasalahan Promosi. Perusahaan perlu mengevaluasi ulang strategi promosinya untuk meningkatkan minat beli konsumen, perusahaan dapat melakukan diskon dan juga penawaran khusus didalam pemasaran produknya. Pentingnya meningkatkan strategi promosi yang baik adalah dalam membantu meningkatkan penjualan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Faktor-faktor tambahan mungkin mempengaruhi beberapa aspek penelitian ini, yang harus diperhatikan oleh para peneliti di masa depan. Jika Anda menginginkan hasil penelitian yang lebih andal, Anda harus mengumpulkan lebih banyak sampel.