

BAB V

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka dapat disimpulkan beberapa hal berikut:

1. **Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli.** Semakin tinggi kualitas produk Bittersweet by Najla yang dirasakan konsumen, maka semakin besar pula minat konsumen untuk membeli. Hal ini mencakup cita rasa, kemasan, tekstur, dan daya tarik visual yang sering ditampilkan melalui konten TikTok.
2. **Variasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli.** Keberagaman pilihan rasa dan jenis produk yang ditawarkan membuat konsumen tertarik untuk mencoba produk baru, terutama ketika varian tersebut dipromosikan secara eksklusif atau edisi terbatas dalam konten TikTok.
3. **Promosi memiliki pengaruh paling dominan terhadap Minat Beli.** Promosi yang dilakukan melalui TikTok seperti diskon, kolaborasi dengan influencer, dan penggunaan video viral sangat efektif dalam mendorong minat beli konsumen secara cepat dan luas.
4. **Kualitas Produk, Variasi Produk, dan Promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli.** Ketiga variabel ini secara bersama-sama menjelaskan sebesar 74,2% variasi dalam minat beli konsumen terhadap produk Bittersweet by Najla. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi antara kualitas, keberagaman, dan strategi promosi digital merupakan kunci utama dalam membentuk keputusan konsumen.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman langsung peneliti selama proses penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan yang ditemui dan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi

peneliti selanjutnya untuk lebih meningkatkan kualitas peneliti mereka. Peneliti ini tentu memiliki kekurangan yang perlu diperbaiki dalam studi-studi berikutnya. Beberapa keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini antara lain:

1. Jumlah respondennya yang hanya sebanyak 95 orang tentu belum memadai untuk menggambarkan kondisi yang sebenarnya secara akurat.
2. Objek penelitian ini hanya di fokuskan pada media sosial TikTok, yang merupakan salah satu dari banyak platform media sosial lainnya seperti instagram,facebook,twitterdan kaskus,yang juga memiliki aktivitas jual beli yang cukup besar.
3. Pada saat pengambilan data, informasi yang diberikan oleh responden melalui kuesioner terkadang tidak mencerminkan pendapat asli mereka.hal ini disebabkan oleh perbedaan cara berpikir,asumsi dan pemahaman masing-masing responden, serta faktor lain seperti tinglat kejujuran dalam mengisi kuesioner.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Untuk Manajemen Bittersweet by Najla:

Disarankan agar terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk—baik dari segi rasa, tekstur, maupun kemasan. Penampilan produk yang estetik sangat penting di media visual seperti TikTok untuk menarik perhatian pengguna dan membangun persepsi kualitas yang tinggi.

2. Diversifikasi Produk Secara Konsisten:

Bittersweet by Najla perlu mempertahankan dan mengembangkan variasi produk baru secara berkala, terutama yang mengikuti tren musiman dan selera pasar. Inovasi produk seperti "limited edition" dapat meningkatkan urgensi pembelian.

3. Optimalisasi Strategi Promosi di TikTok:

TikTok telah terbukti efektif dalam meningkatkan minat beli. Oleh karena itu, penting bagi brand untuk terus membuat konten yang kreatif, informatif, dan mengikuti tren algoritma TikTok, seperti menggunakan audio populer, kolaborasi dengan content creator, atau challenge berhadiah.

4. Untuk Peneliti Selanjutnya:

Penelitian ini hanya mencakup tiga variabel (kualitas produk, variasi produk, dan promosi). Disarankan agar peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti brand image, kepercayaan konsumen, atau persepsi harga untuk memperluascakupan penelitian dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat beli di era digital.

