

BAB VI

PENUTUP

6.1 Simpulan

Berdasar pada hasil penelitian diatas maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi berpengaruh secara positif dan signifikan pada Pembelian. Promosi yang baik akan membuat konsumen lebih tertarik untuk mencari informasi terkait suatu produk, ketika konsumen berdasar pada informasi yang mereka dapat mereka produk tersebut sesuai dengan kebutuhan mereka konsumen akan cenderung untuk benar-benar melakukan pembelian. Dengan demikian semakin baik promosi maka semakin tinggi kecenderungan konsumen melakukan pembelian.
2. Harga berpengaruh secara positif dan signifikan pada Pembelian. Penentuan harga yang baik akan membuat konsumen memiliki persepsi yang positif terhadap produk tersebut. Persepsi tersebut kemudian akan mendorong konsumen untuk merubah perilakunya salah satunya yaitu dengan melakukan pembelian. Dengan demikian, semakin baik harga maka semakin tinggi kemungkinan konsumen melakukan pembelian.
3. Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan pada Pembelian. Pelayanan yang berkualitas akan memberikan pengalaman yang baik dan menyenangkan bagi para konsumen sehingga memungkinkan bagi konsumen untuk melakukan pembelian dan menjadi pelanggan tetap. Dengan demikian,

semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan maka semakin tinggi kecenderungan konsumen melakukan pembelian.

6.2 Saran

6.2.1 Saran Bagi Penjual Daily Fresh Homemade DAY

Berdasar pada hasil penelitian diketahui bahwa Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pada Pembelian. Atas dasar itulah maka diharapkan agar penjual untuk menyusun strategi promosi yang lebih efektif dan efisien termasuk untuk membuka gerai atau toko dimana gerai atau toko tersebut merupakan bagian dari iklan dan promosi yang dapat di lihat secara langsung. Penjual juga di harapkan untuk lebih sering memberikan bonus item, potongan harga ataupun kuis dengan hadiah potongan harga dengan tujuan agar dapat menarik minat konsumen untuk ikut membeli. Penjual juga di harapkan agar secara berkelanjutan meningkatkan kualitas pelayanan. Melihat jumlah penjualan yang semakin meningkat maka penjual dapat merekrut beberapa orang yang memiliki tugas khusus untuk melayani para pembeli baik secara langsung maupun secara online.

6.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Pada penelitian selanjutnya diharapkan agar menguji model penelitian yang sama dengan objek penelitian di aplikasi atau perusahaan lain yang masih terkait dengan industri makanan dan perdagangan elektronik dan dengan jumlah sampel yang lebih banyak dengan tujuan agar hasil penelitian dapat

digeneralisasikan. Selain itu, penelitian selanjutnya juga diharapkan untuk menggunakan variabel-variabel lainnya yang memiliki kecendeungan menjadi faktor yang dapat meningkatkan pembelian.

6.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa masih terdapat keterbatasan yang ada dalam penelitian ini dimana keterbatasan tersebut dapat digunakan sebagai pedoman dalam penelitian selanjutnya. Keterbatasan dalam penelitian ini antara lain adalah penelitian hanya dilakukan pada satu penjual kue brownies yaitu Daily Fresh Homemade DAY dan dengan jumlah responden sebanyak 100 orang sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan sebagai hasil penelitian yang dapat mewakili seluruh perusahaan yang bergerak di industri makanan dan perdagangan elektronik. Keterbatasan penelitian lainnya adalah masih terdapat 54.5% varians lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini, sehingga perlu diperluas cakupan penelitian terkait faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian pada penelitian yang akan datang.