

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Hasil analisis yang sudah dibuat sebelumnya dilakukan dengan berbagai langkah dan prosedur yang ada. Penelitian ini tentang pengaruh pemasaran media sosial dan promosi penjualan dengan akun Instagram terhadap minat beli konsumen Alfamart di DKI Jakarta. Hasil uji yang sudah dilakukan menyatakan bahwa pemasaran media sosial berpengaruh secara tidak signifikan terhadap minat beli konsumen Alfamart di DKI Jakarta, yang mana hal tersebut menunjukkan bahwa pemasaran media sosial dengan akun Instagram yang dilakukan Alfamart sudah bisa menciptakan minat beli konsumennya walaupun belum secara nyata. Hal tersebut membuktikan bahwa hasil penelitian sudah sejalan dengan hipotesis yang sudah dibuat sebelumnya, karena pada hipotesis awal pemasaran media sosial berpengaruh terhadap minat beli.

Sisi lain menunjukkan hasil dari uji yang sudah dilakukan sebelumnya menyatakan bahwa promosi penjualan berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen Alfamart di DKI Jakarta, yang mana hal tersebut menunjukkan bahwa promosi penjualan dengan akun Instagram yang dilakukan Alfamart mampu menciptakan minat beli konsumennya. Hal ini dikarenakan berbagai macam promosi yang terdapat di Alfamart bisa memicu minat beli konsumen Alfamart di DKI Jakarta. Sehingga hal tersebut sejalan dengan hipotesis yang sudah dibuat sebelumnya, karena pada hipotesis awal promosi penjualan berpengaruh terhadap minat beli.

V.2 Saran

Berikut merupakan saran untuk beberapa pihak terkait yang didasarkan pada penelitian yang telah dilakukan, sebagai berikut:

1. Penulis ingin memberi saran kepada peneliti selanjutnya agar dapat menggunakan variabel tambahan selain variabel yang digunakan pada penelitian ini seperti harga, gaya hidup, dan kepercayaan. Hal ini bertujuan

untuk mengkaji pengaruh minat beli lebih dalam lagi. Selain itu disarankan untuk meneliti objek dengan wilayah lainnya dengan tujuan agar memberikan pembaharuan dari penelitian sebelumnya.

2. Saat ini persaingan usaha ritel semakin ketat dengan diiringi kemajuan teknologi. Oleh karena itu, Alfamart sebaiknya terus mengembangkan serta memperbaiki interaksi, program insentif, desain, dan biaya pada strategi pemasaran media sosial yang dilakukan di Instagram. Hal tersebut memiliki tujuan untuk meningkatkan minat beli konsumen pada Alfamart yang nantinya akan meningkatkan penjualan Alfamart. Dengan adanya perbaikan tersebut akan memperluas jangkauan pemasaran yang dilakukan Alfamart baik secara wilayah maupun berbagai kalangan yang ada. Selain itu, promosi penjualan dengan akun Instagram harus terus dipertahankan dan dikembangkan lebih lanjut dengan cara membuat variasi promosi yang lebih banyak dan beragam. Hal tersebut mengingat ketatnya persaingan dengan kompetitor yang juga melakukan berbagai macam promosi, sehingga Alfamart harus konsisten dan berinovasi agar dapat bertahan di tengah persaingan bisnis ritel.