

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berlandaskan atas hasil analisa statistic yang memakai SmartPLS 3 serta pembahasan yang sudah dijabarkan oleh periset dalam bab-bab terdahulu terkait variabel promosi social media, harga serta kualitas produk terhadap minat beli produk minuman kopi janji jiwa di daerah Jakarta timur.

Promosi social media tidak mempengaruhi minat beli minuman kopi janji jiwa di daerah Jakarta timur. Hal ini tidak mendukung hipotesis peneliti sebelumnya yang memberi pernyataan jika promosi social media memengaruhi dengan cara signifikan terhadap minat beli. Dengan demikian, minat pembelian produk minuman kopi tidak selalu dipengaruhi oleh promosi social media. Maka, hipotesis peneliti ditolak.

Harga tidak mempengaruhi dalam membeli produk minuman kopi janji jiwa di daerah Jakarta timur. Hal ini juga tidak mendukung hipotesis peneliti sebelumnya yang memberi pernyataan jika harga memengaruhi dengan cara signifikan terhadap minat beli. Dengan demikian, minat pembelian produk minuman kopi tidak selalu dipengaruhi oleh harga. Maka, hipotesis peneliti ditolak.

Kualitas produk mempengaruhi dalam membeli produk minuman kopi janji jiwa di daerah Jakarta timur. Hal ini mendukung hipotesis peneliti sebelumnya yang memberi pernyataan jika kualitas produk memengaruhi dengan cara signifikan terhadap minat beli. Dan juga menunjukkan adanya dampak positif dari pengaruh kualitas produk terhadap minat beli. Dengan demikian, minat beli mampu dipengaruhi oleh kualitas produk. Alhasil, hipotesis peneliti diterima.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Riset ini dilaksanakan berdasarkan tata cara yang telah disarankan, akan tetapi masih terdapat beberapa keterbatasan yang harus dipahami agar hasilnya nantinya dapat digunakan sebagai data evaluasi untuk penelitian selanjutnya. Dibawah ini ialah keterbatasan yang ada pada riset:

1. Riset harus menggunakan variabel lain yang mungkin mempengaruhi selain variabel yang peneliti gunakan, sehingga hasilnya tidak hanya didasarkan pada variabel promosi social media, harga dan kualitas produk.

## 5.3 Saran

Berlandaskan atas hasil analisis serta kesimpulan serta pembahasan yang sudah dijelaskan, periset memberi saran yakni dibawah ini:

1. Berkaitan dengan promosi social media, minuman kopi janji jiwa dapat terus meng-update terkait diskon dan promosi yang menarik di social media untuk menarik minat beli konsumen.
2. Berkaitan dengan harga, kopi janji jiwa bisa membandingkan harga minuman kopi dengan produk minuman kopi lainnya dan juga dapat mengutamakan kualitas produknya.
3. Untuk periset berikutnya, harapannya mampu menjalankan riset yang mempunyai variabel bebas atau variabel dependen yang lebih bervariasi yang mampu memengaruhi minat beli konsumen. Di sisi lain, periset berikutnya mampu mengambil responden yang tidak hanya berdomisili di daerah Jakarta timur.