

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan Penelitian yang berjudul ” Pengaruh Sales Promotion di Instagram @richeese_factory terhadap Keputusan Pembelian Konsumen”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Sales promotion di braninstagram @richeese_factory terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dan seberapa signifikan hubungan antara kedua variabel tersebut. Adapun hasil dari penelitian dan pembahasan penelitian, dapat ditarik kesimpulan yang diharapkan dapat menjawab tujuan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

- a. Pada variabel X yakni Sales Promotion, sebagian besar responden menjawab setuju. Sedangkan dimensi yang rata-rata paling banyak memperoleh jawaban setuju adalah sampel yakni sebesar 4,75 %, dimana responden menjawab bahwa potongan kupon pasti ada promo diskon gofood 50.000 membuat saya tertarik untuk membeli Richeese
- b. Pada variabel Y yakni Keputusan Pembelian, sebagian besar responden menjawab setuju. Sedangkan dimensi yang rata-rata paling banyak memperoleh jawaban setuju adalah keputusan pembelian yakni sebesar 4,55%, dimana responden menjawab bahwa responden tetap akan membeli Richeese meskipun Sudah tidak ada promonya lagi
- c. Pengaruh Sales Promotion Richessee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen sebesar 0,901 (R square) yang artinya sebesar 90% memiliki pengaruh Sales Promotion terhadap keputusan pembelian konsumen sementara sisanya yaitu 9,9% dipengaruhi oleh faktor lain. Sedangkan nilai korelasi (r) sebesar 0,949 yang artinya Sales Promotion berpengaruh positif dan berhubungan kuat terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Karena adanya kupon, paket harga, cross promotion, hadiah, premi hadiah, program frekuensi, penawaran pengembalian uang tunai mempengaruhi cukup terhadap hasil uji hipotesis diperoleh thitung $(7.776) > t_{tabel}$

(1,984) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari hasil tersebut, maka terdapat Pengaruh Sales Promotion di instagram @Richeesse_Factory Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dan terbukti signifikan.

5.2 Saran

Saran dari peneliti yang berjudul “Pengaruh Sales Promotion diInstagram @richeese_factory terhadap Keputusan Pembelian Konsumen” dari semua indikator yang diajukan, terdapat indikator yang paling lemah:

- a. Adanya responden yang tidak setuju pada pernyataan saya mempunyai penilaian negatif pada Tawaran Hadiah point Mobile legend untuk kesempatan konsumen memenangkan hadiah sangat menarik Tawaran hadiah yang diberikan oleh Richeese bisa di tingkatkan lagi atau lebih variasi agar lebih menarik kepada konsumen.
- b. Adanya responden yang tidak setuju terhadap Akun instagram pada pernyataan Tawaran Hadiah point Mobile legend untuk kesempatan konsumen memenangkan hadiah sangat menarik
- c. Responden ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju dalam pernyataan Program Richeese X ML BB, dengan membeli paket combo Fire Chicken akan mendapatkan satu kupon undian untuk memenangkan hadiah Grand Prize maka disarankan Richeese memperbaiki lagi dalam pembuatan sales promtotion dalam bentuk hadiah.