BAB V

HASIL KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai Pengaruh Strategi Promosi Alfa X Terhadap Minat Beli Konsumen Generasi Z Di Kota Bandung, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara Periklanan Alfa X terhadap Minat Beli Konsumen Generasi Z Di Kota Bandung. Hal ini menunjukkan bahwa semakin menarik dan jelas informasi yang disampaikan melalui periklanan yang dilakukan, semakin tinggi pula minat beli konsumen Generasi Z di Kota Bandung. Sebaliknya, jika periklanan kurang menarik, minat beli cenderung menurun. Temuan ini menegaskan bahwa periklanan berperan penting sebagai alat penyampaian informasi yang efektif tentang Alfa X kepada konsumen target.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara Promosi Penjualan Alfa X terhadap Minat Beli Konsumen Generasi Z Di Kota Bandung. Alfa X berhasil menarik minat konsumen melalui program diskon, paket bundling, dan coworking package. Sebaliknya, promosi yang kurang menarik cenderung menurunkan minat beli. Temuan ini menegaskan peran penting promosi penjualan sebagai alat komunikasi efektif Alfa X kepada target konsumennya, mempengaruhi minat beli pada kalangan Generasi Z di Kota Bandung.

3. Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara Pemasaran Langsung Alfa X terhadap Minat Beli Konsumen Generasi Z Di Kota Bandung. Semakin baik Pemasaran Langsung, semakin tinggi Minat Beli, dan sebaliknya. Konsumen Alfa X di Kota Bandung merespon positif terhadap pemasaran langsung yang diimplementasikan, yang meliputi komunikasi ramah dari pelayan, bahasa yang mudah dipahami, pelayanan berkualitas, dan kemampuan menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Pendekatan ini efektif meningkatkan minat beli Generasi Z terhadap produk dan layanan Alfa X.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara Penjualan Pribadi Alfa X terhadap Minat Beli Konsumen Generasi Z Di Kota Bandung. Semakin efektif Penjualan Pribadi, semakin tinggi Minat Beli, dan sebaliknya. Konsumen merespon positif terhadap kemampuan pelayan Alfa X dalam menjelaskan setiap item menu secara detail dan berpenampilan menarik. Pendekatan ini terbukti efektif dalam meningkatkan minat beli Generasi Z terhadap produk dan layanan Alfa X di Bandung.
5. Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara Strategi Promosi Alfa X terhadap Minat Transaksional Konsumen Generasi Z di Kota Bandung. Alfa X memanfaatkan ini dengan promosi yang menekankan keseimbangan antara harga dan fasilitas. Strategi ini efektif karena menawarkan beragam produk dan layanan sesuai kebutuhan dengan harga terjangkau. Pada pendekatan ini, Alfa X tidak hanya berhasil meningkatkan penjualan, tetapi juga memperkuat posisinya di kalangan Generasi Z Di Kota Bandung.

6. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Strategi Promosi Alfa X Terhadap Minat Beli Konsumen Generasi Z Di Kota Bandung, dengan arah positif yang menunjukkan bahwa semakin baik Strategi Promosi maka akan berdampak pada Eksploratif Konsumen Generasi Z Di Kota Bandung yang semakin tinggi, begitu pula sebaliknya. Hal ini menunjukkan bahwa Konsumen Alfa X memiliki pengalaman yang menarik dan positif pada fasilitas Alfa X yang menunjang untuk mengerjakan tugas dan nongkrong bersama teman.
7. Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara Strategi Promosi Alfa X terhadap Preferensial Generasi Z di Kota Bandung. Hubungan ini menunjukkan bahwa semakin baik Strategi Promosi yang diterapkan, semakin tinggi pula Minat Preferensial Konsumen Generasi Z di kota tersebut. Temuan ini mengindikasikan bahwa konsumen Generasi Z menjadikan Alfa X sebagai pilihan utama untuk mengerjakan tugas, berkat coworking space yang nyaman dan dilengkapi fasilitas pendukung seperti wifi dan stop kontak. Selain itu, ketersediaan paket bundling menu yang terjangkau semakin memperkuat preferensi mereka terhadap Alfa X. Strategi ini berhasil memenuhi kebutuhan dan preferensi Generasi Z, yang mengutamakan lingkungan kerja yang nyaman dan terjangkau.
8. Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara Strategi Promosi Alfa X terhadap Referensial Konsumen Generasi Z di Kota Bandung. Hubungan ini menunjukkan bahwa semakin baik Strategi Promosi yang diterapkan, semakin tinggi pula tingkat Referensial Konsumen Generasi Z di kota

tersebut. Temuan ini menunjukkan bahwa konsumen Alfa X tidak hanya puas dengan pengalaman mereka, tetapi juga bersedia merekomendasikan Alfa X kepada orang lain sebagai tempat ideal untuk nongkrong atau mengerjakan tugas.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan studi yang telah diuraikan, peneliti ingin mengajukan beberapa saran yang diharapkan memberi manfaat bagi seluruh pihak yang terkait. Saran – saran tersebut akan dijabarkan sebagai berikut:

1. Alfa X sebaiknya aktif di media sosial lain selain instagram seperti tiktok saat melakukan kegiatan periklanan dan bekerja sama dengan influencer melalui *endorsement*, untuk menarik Generasi Z. Penting bagi Alfa X untuk melakukan analisis aktivitas melalui media sosial seperti instagram atau tiktok untuk melihat tren terkini, opini, dan memahami perubahan preferensi serta minat konsumen Generasi Z di Kota Bandung, sehingga dapat terus menyesuaikan strategi promosi mereka dan dapat meningkatkan minat eksploratif konsumen.
2. Pelayan Alfa X sebaiknya mempertahankan kemampuan komunikasi dan empati dalam melayani konsumen khususnya konsumen Generasi Z. Pelayan harus mampu memahami kebutuhan dan preferensi kaum muda, serta menyesuaikan gaya komunikasi mereka agar lebih interaktif dan menarik bagi konsumen.

3. Konsumen disarankan untuk mencoba semua fasilitas dan pilihan menu yang ada di Alfa X untuk mendapatkan pengalaman belanja terbaik. Jangan ragu memberi masukan untuk Alfa X agar pelayanan mereka bisa lebih baik.
4. Bagi peneliti yang melanjutkan penelitian pada bidang studi yang sama, disarankan untuk mencoba memperluas cakupan penelitian di kota-kota lain, bukan hanya di Kota Bandung. Peneliti selanjutnya juga dapat menganalisis pengaruh faktor-faktor lain seperti harga, kualitas produk, atau lokasi terhadap minat beli konsumen Generasi Z. Serta membandingkan efektivitas strategi promosi Alfa X dengan kompetitor lain dalam industri yang sama. Selain itu, peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambah variabel lainnya yang diduga dapat mempengaruhi Minat Beli sehingga memberikan hasil yang lebih luas dan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain.