

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisa pada bab sebelumnya mengenai Pengaruh Daya Tarik Promosi Kebaya Tradisional Oleh Sandhayang Ayu Terhadap Minat Beli Pengikutnya Di Instagram Pada Era Digital, maka peneliti membuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh, valid dan signifikan antara keunikan konsep terhadap minat beli. Hasil analisa menunjukkan bahwa keunikan konsep yang didukung oleh hasil uji statistika berupa pernyataan memberikan informasi yang detail dan informatif, mengandalkan informasi melalui akun instagram @sandhayang.ayu, banyak pilihan yang ditawarkan, dan sering melakukan promosi.
2. Terdapat pengaruh, valid dan signifikan antara atribut promosi terhadap minat beli. Hasil analisa menunjukkan bahwa atribut promosi yang didukung oleh hasil uji statistika berupa pernyataan memberikan diskon, ongkos kirim, kupon, menampilkan produk pada *highlight* Instagram.
3. Terdapat pengaruh, valid dan signifikan antara promosi provokatif terhadap minat beli. Hasil analisa menunjukkan bahwa promosi provokatif yang didukung oleh hasil uji statistika berupa pernyataan slogan yang digunakan, kepercayaan terhadap kualitas produk, kesesuaian produk yang ditampilkan pada akun Instagram.

4. Terdapat pengaruh, valid dan signifikan antara keefektifan promosi penjualan terhadap minat beli. Hasil analisa menunjukkan bahwa keefektifan promosi penjualan yang didukung hasil uji statistika berupa pernyataan produk yang cepat *sold out*, harga produk yang mempengaruhi kecepatan penjualan, kecepatan @sandhayang.ayu dalam merespon, menjadikannya *top of mind* saat memikirkan produk yang *good quality*, dan video *endorsement* di media sosial membuat semakin banyak yang mengetahui produk.
5. Terdapat pengaruh, valid dan signifikan antara daya tarik promosi terhadap minat transaksional. Hasil analisa menunjukkan bahwa minat transaksional yang didukung oleh uji statistika berupa pernyataan promosi yang dilakukan menggunakan model orang, memposting *real picture*, ukuran yang sesuai, kualitas yang tidak diragukan, akurasi warna yang sesuai, dan metode pembayaran.
6. Terdapat pengaruh, valid dan signifikan antara daya tarik promosi terhadap minat referensial. Hasil analisa menunjukkan bahwa minat referensial yang didukung oleh uji statistika berupa pernyataan *recommendation*, dan pendapat atau komentar
7. Terdapat pengaruh, valid dan signifikan antara daya tarik promosi terhadap minat preferensial. Hasil analisa menunjukkan bahwa minat preferensial yang didukung oleh uji statistika berupa pernyataan menjadikan pilihan utama dan kualitas serta model yang lebih dipercaya dibandingkan dengan competitor.

8. Terdapat pengaruh, valid dan signifikan antara daya tarik promosi terhadap minat eksploratif, Hasil analisa menunjukkan bahwa minat eksploratif yang didukung oleh uji statistika berupa pernyataan pencarian informasi dan testimoni.

5.2 Saran

Dalam sebuah penelitian, seorang peneliti harus mampu memberikan sesuatu yang berguna ataupun yang bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan. Instansi, atau Lembaga serta berbagai pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, peneliti akan memberikan saran yang dapat menjadi manfaat bagi semua pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun saran-saran yang peneliti berikan setelah meneliti permasalahan ini adalah sebagai berikut:

5.2.1 Saran Bagi Sandhayang Ayu

Berikut saran yang peneliti berikan untuk Sandhayang Ayu, yaitu sebagai berikut:

1. Sandhayang Ayu sebaiknya lebih sering melakukan *endorse* para *influencer* agar kegiatan promosi yang dilakukan dalam sosial media dan penjualan semakin meningkat dan makin banyak dikenal oleh masyarakat.
2. Sandhayang Ayu sebaiknya membuat video konten *mix and match* kebaya dengan menggunakan model yang berhijab karena mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim sebagai bagian dari strategi promosi

3. Sandhyang Ayu juga sebaiknya membuat konten video dengan menggunakan lagu Indonesia agar tujuan awal untuk membuat masyarakat mencintai produk Indonesia lebih terasa lagi dibandingkan dengan menggunakan lagu dari luar negeri.

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Berikut sarang yang peneliti berikan kepada peneliti selanjutnya, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya agar selalu memastikan bahwa masalah yang akan diteliti dapat dijangkau dengan mudah sehingga tidak memberatkan atau membebani diri peneliti ketika sedang melakukan penelitian ke lapangan.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambahkan variable lainnya yang diduga dapat mempengaruhi Minat Beli sehingga dapat memberikan hasil yang lebih luas dan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain dalam meneliti Daya Tarik Promosi terhadap Minat Beli, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian harus dapat lebih mendalami masalah yang akan dijadikan penelitian agar lebih memahami apa yang akan dibahas dengan cara memperbanyak referensi dari buku atau dari penelitian terdahulu yang sejenis dengan penelitian yang akan dibuat.
4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih mengevaluasi pernyataan-pernyataan yang ada dalam angket agar dapat mewakili secara tepat variable yang akan diukur.