

## BAB V

### KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan hasil pengujian hipotesis mengenai promosi melalui media sosial LINE terhadap keputusan pembelian konsumen di Kelapa Gading, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi melalui media sosial LINE berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada Starbucks di Kelapa Gading. Semakin tinggi daya tarik promosi pada suatu produk maka akan semakin tinggi rasa seseorang untuk memutuskan membeli sebuah produk. Maka dari itu, sangat penting bagi Starbucks agar lebih memperhatikan beberapa hal terkait promosi-promosi seperti konten-konten yang akan di promosikan serta media-media yang akan digunakan. Kedua hal tersebut harus diperhatikan dengan baik agar pengaruh pada keputusan pembelian juga menjadi baik.
2. Media sosial terbukti berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada Starbucks di Kelapa Gading.

#### 5.2.Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang tertera, maka dapat dikemukakan saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan
  - a. Starbucks harus mempertahankan dan meningkatkan promosi yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Banyak konsumen



yang menyukai pembelian produk dari promosi melalui media sosial LINE karena rentang waktu yang *flexible*.

- b. Promosi Starbucks melalui media sosial LINE memiliki daya tarik yang cukup tinggi, diharapkan promosi terus ditingkatkan agar konsumen tidak hanya sekedar membeli produk, tetapi konsumen juga mengonsumsi produk ditempat(*dine-in*).
- c. Starbucks agar meningkatkan konten promosi yang ditampilkan agar konsumen lebih terdorong keinginannya untuk membeli produk yang ditawarkan di dalam konten.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Diharapkan agar menambah jangka waktu yang lebih lama agar penelitian dapat memperoleh hasil yang lebih akurat dan memuaskan.
- b. Diperlukan penelitian selanjutnya dengan menambah variabel lain agar dapat diketahui apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Kelapa Gading.

### **© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.