



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN



Hak cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai pengaruh *electronic word of mouth* melalui media sosial Instagram dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian produk Kopi Kenangan di aplikasi pengiriman *online*, maka peneliti memperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. *Electronic Word of Mouth* melalui Instagram berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada produk Kopi Kenangan di aplikasi transportasi *online*.
2. Promosi Penjualan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada produk Kopi Kenangan di aplikasi transportasi *online*.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah diselesaikan, peneliti bisa memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan Kopi Kenangan (PT Bumi Berkah Boga)

Promosi penjualan telah terbukti mempunyai pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan pembelian produk Kopi Kenangan di aplikasi transportasi *online*, hal ini dapat menjadi perhatian dan fokus perusahaan untuk menciptakan promosi penjualan yang menarik atau bahkan yang belum pernah dilakukan oleh kedai kopi kekinian lainnya. Kemudian perusahaan perlu untuk membuat strategi yang menarik di media sosial Instagram sebagai kegiatan pemasaran perusahaan agar tercipta

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



interaksi *electronic word of mouth* yang cukup tinggi dengan salah satu cara menciptakan konten yang lebih kreatif dan menarik yang menghadirkan interaksi *engagement* yang cukup tinggi.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Keterbatasan waktu yang peneliti hadapi dalam melakukan penelitian ini menyebabkan penelitian ini jauh dari sempurna. Peneliti berharap agar penelitian selanjutnya dapat dilakukan lebih optimal oleh peneliti lain untuk mencapai hasil yang lebih baik dari segi *electronic word of mouth* dan *sales promotion*. Atau bahkan peneliti selanjutnya bisa menambahkan variabel lain seperti kualitas produk, *brand image*, persepsi harga untuk mendapatkan hasil pencarian yang maksimal.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.