



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini adalah:

1. Nilai hadiah berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik *Giveaway* Menantea. Semakin tinggi nilai hadiah, semakin menarik *Giveaway*.
2. Kesesuaian (hadiah) dengan kebutuhan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik *Giveaway* Menantea. Semakin sesuai hadiah dengan kebutuhan konsumen, semakin menarik *Giveaway*.
3. Syarat memperoleh (hadiah) berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik *Giveaway* Menantea. Semakin mudah syarat memperoleh (hadiah), semakin tinggi *Giveaway*.
4. Ketidakpastian berpengaruh tidak signifikan terhadap daya tarik *Giveaway* Menantea. Semakin tidak pasti, tidak berarti semakin tidak menarik *Giveaway*.
5. Daya tarik *Giveaway* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli Menantea. Semakin tinggi daya tarik *Giveaway*, maka niat beli minuman Menantea semakin tinggi.

B. Saran

Dengan merujuk kepada hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan pada bab sebelumnya, beberapa saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Menantea

- a. Optimalkan nilai hadiah

Perusahaan sebaiknya mempertimbangkan untuk lebih sering mengadakan *giveaway*. Penelitian menunjukkan bahwa semakin baik nilai hadiah, semakin tinggi daya tarik *giveaway*. Oleh karena itu, peningkatan nilai

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.



hadiah dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan partisipasi konsumen.

b. Perhatikan kesesuaian hadiah dengan kebutuhan konsumen

Penting untuk memastikan bahwa hadiah yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen. Kesesuaian hadiah dengan kebutuhan konsumen memiliki dampak positif dan signifikan terhadap daya tarik *giveaway*. Perusahaan dapat melakukan survei atau analisis preferensi konsumen untuk lebih memahami apa yang diinginkan oleh target pasar.

c. Perbaiki syarat memperoleh hadiah

Menyusun syarat memperoleh hadiah yang jelas, mudah dimengerti, dan adil dapat meningkatkan daya tarik *giveaway*. Syarat yang baik dapat meningkatkan keterlibatan konsumen dan memberikan pengalaman positif, sehingga perlu adanya perhatian khusus terhadap penyusunan ketentuan yang transparan dan mudah diakses.

d. Kurangi ketidakpastian

Mengurangi tingkat ketidakpastian terkait dengan program *giveaway* dapat meningkatkan daya tariknya. Konsumen cenderung lebih tertarik pada program yang memberikan kejelasan dan kepastian terkait hadiah dan proses perolehannya. Oleh karena itu, perusahaan perlu memberikan informasi yang jelas dan akurat mengenai program *giveaway* mereka.

e. Terus tingkatkan daya tarik *giveaway*

Perusahaan sebaiknya terus melakukan evaluasi dan inovasi terhadap program *giveaway* mereka. Memahami faktor-faktor yang meningkatkan daya tarik *giveaway*, seperti elemen-elemen kreatif atau unik, dapat membantu meningkatkan efektivitas program ini. Terlibatlah dalam riset

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



pasar dan pantau tren konsumen untuk tetap relevan.

Dengan menerapkan saran-saran ini, diharapkan Menantea dapat lebih efektif dalam menggunakan giveaway sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan niat beli konsumen.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Ketidakpastian tidak terbukti dalam penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti dari sisi positif yaitu, kepastian. Karena jika pertanyaan yang diajukan ke responden dalam konotasi positif (kepastian), bisa jadi hasilnya signifikan. Sedangkan berdasarkan hasil penelitian ini, dalam konotasi negatif (ketidakpastian), orang cenderung tidak tertarik. Kedua hal tersebut sebenarnya menyatakan hal yang sama, tetapi dengan cara yang berbeda.

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.