

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis 1 (H1) diterima, dapat dinyatakan bahwa variabel Media Sosial dan Potongan Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat Beli produk Roughneck Official Store di Shopee.
2. Hipotesis 2 (H2) diterima, dapat dinyatakan bahwa variabel Media Sosial secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli produk Roughneck Official Store di Shopee.
3. Hipotesis 3 (H3) diterima, dapat dinyatakan bahwa variabel Potongan Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli produk Roughneck Official Store di Shopee.

5.2 Saran

1. Bagi Perusahaan

Media Sosial (X1): Roughneck diharapkan tetap mengembangkan serta memanfaatkan Media Sosial sebaik mungkin sebagai salah satu sarana untuk mempromosikan dan mengenalkan Brand beserta produk-produknya, agar Brand dan produknya dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas. dengan memiliki akun Media Sosial, pelanggan dapat mendapatkan informasi

mengenai brand ataupun produk Roughneck dengan mudah dan dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap brand Roughneck.

Potongan Harga (X2): Roughneck dapat memberikan Potongan Harga atau Diskon pada produk-produknya sebagai salah satu bentuk strategi pemasaran. Pemberian Potongan Harga dapat dilakukan pada *Event-Event* atau perayaan hari besar serta menentukan besaran presentase Potongan Harganya, pemberian Potongan Harga tentunya dapat membuat pelanggan menjadi tertarik sehingga dapat merangsang untuk memunculkan Minat Beli pelanggan.

Minat Beli (Y): Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Media Sosial dan Potongan Harga, secara simultan dan parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Hal ini berarti Roughneck hendaknya dapat mempertimbangkan saran dalam penggunaan Media Sosial dan pemberian Potongan Harga pada penelitian ini. Tentunya Roughneck juga harus mengkaji lebih dalam terkait variable-variabel lainnya yang dapat meningkatkan Minat Beli pelanggan.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, agar dapat meneliti serta mengkaji lebih dalam terkait faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yang dapat mempengaruhi Minat Beli produk Roughneck pada Roughneck Official Store di Shopee. Sehingga nantinya dapat diketahui tindakan apa yang harus dilakukan Roughneck untuk meningkatkan minat beli konsumennya.