

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian diatas ditemukan bahwa

1. Gerakan media sosial tidak berpengaruh terhadap minat beli. Hal ini dikarenakan selama masa penelitian dan pengumpulan data boikot terhadap produk McDonald's sudah mulai mereda karena respon tanggap yang dilakukan pihak McDonald's Indonesia dengan memberikan pernyataan resmi bahwa mereka tidak mendukung tindakan terror yang dilakukan Israel terhadap Palestina.
2. Partisipasi boikot berpengaruh terhadap minat beli. Hal ini dikarenakan McDonald's Indonesia memberikan respons positif dengan mengirimkan donasi kemanusiaan untuk Palestina. Setelah beberapa hari terpapar seruan boikot di seluruh Indonesia, McDonald's Indonesia akhirnya memberikan dukungan kemanusiaan kepada Palestina melalui pemberian donasi, merespons krisis kemanusiaan yang terjadi selama agresi Israel terhadap Palestina. Oleh karena itulah mahasiswa menilai aksi boikot berpengaruh terhadap minat beli McDonald's

#### **5.2 Saran**

Sebagai implikasi dari hasil penelitian ini dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan antara lain sebagai berikut :

1. Gerakan media sosial tidak berkontribusi minat beli terhadap produk

McDonald's. namun untuk perusahaan McDonald's perlu memperhatikan bahwa sample diambil pada saat gerakan media social di beberapa partform media social sudah mereda karena jika Perusahaan tidak melakukan persiapan maka akan terjadi kerugian yang besar terhadap Perusahaan.

2. Selain itu, McDonald's juga perlu memperhatikan partisipasi boikot di kalangan mahasiswa, terutama pada aspek mahasiswa memilih berhenti membeli produk perusahaan McDonald's dikarenakan adanya isu boikot. McDonald's harus memastikan bahwa tindakan pencegahan dan penanganan yang disiapkan dan diharapkan memberikan keuntungan bagi perusahaan untuk mendapatkan solusi praktis yang relevan. Langkah-langkah yang dapat diambil meliputi pernyataan resmi yang dapat diterima masyarakat dan memberikan tindakan penyelesaian masalah seperti McDonald's ndonesia yaitu pemberian donasi terhadap pihak terdampak
3. Untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan objek yang sama, dapat menambahkan variabel lain didalam penelitiannya agar mengetahui faktor lain yang dapat mempengaruhi minat beli produk McDonald's. Contohnya seperti variabel citra merek, kualitas produk, dan lain-lain