

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *E-Payment* dan *whatsapp marketing* terhadap keputusan pembelian di Minimarket Zazana Mart Ponpes Al Anwar Desa Petanang. Dengan jumlah populasi sebanyak 289 orang pengguna member dan sebanyak 158 responden yang digunakan menjadi sampel. Berdasarkan analisis data dan pembahasan mengenai variabel *E-Payment* dan *whatsapp marketing* terhadap keputusan pembelian maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Bahwa *E-Payment* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Minimarket Zazana Mart dibuktikan dengan hasil nilai signifikansi dan nilai t-hitung. Variabel *E-Payment* mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kemudahan pembayaran pada minimarket Zazana Mart.
2. Bahwa *whatsapp marketing* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian yang dibuktikan dengan hasil nilai signifikansi dan nilai t-hitung. Dimana variabel *whatsapp marketing* mempengaruhi keputusan pembelian dengan responsivitas penjual yang baik dan cepat pada Minimarket Zazana Mart.
3. Bahwa *E-Payment* dan *whatsapp marketing* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian yang dibuktikan dengan hasil nilai signifikansi dan nilai t-hitung. Variabel *E-Payment* dan *whatsapp marketing* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kemudahan transaksi

pada Minimarket Zazana Mart. Variabel yang paling besar mempengaruhi keputusan pembelian pada uji regresi linear berganda adalah variabel *E-Payment*.

5.2. Saran

Saran penelitian adalah rekomendasi yang diberikan berdasarkan hasil analisis dan temuan dalam suatu studi, yang bertujuan untuk memperbaiki, mengembangkan, atau melanjutkan penelitian di masa depan. Tujuan dari saran penelitian adalah untuk memberikan arahan yang jelas bagi peneliti selanjutnya, mendorong eksplorasi lebih lanjut terhadap topik yang diteliti, serta meningkatkan kualitas dan relevansi penelitian dalam konteks ilmiah dan praktis

1. Untuk Pelaku Usaha

Bagi pelaku usaha diharapkan melakukan melakukan riset dan pengembangan, serta melakukan evaluasi terkait system pembayaran yang digunakan sehingga efisiensi dan kemudahan serta kecepatan pembayaran yang ditawarkan sesuai yaang di inginkan oleh konsumen. Selain itu diharapkan untuk mengembangkan media promosi untuk memperluas pemasaran dan meningkatkan pelayanannya seperti karyawan di haruskan paham dan menguasai dan paham dengan sistem pembayaran yang digunakan dan sistem promosi. Pemilik harus rutin untuk memastikan bahwa karyawan sudah terlatih sebelum bekerja. Untuk karyawan baru, sebaiknya dilakukan training minimal sebulan, agar bisa beradaptasi dengan lingkungan kerja yang baru.

Pihak minimarket Zazana Mart harus mengoptimalisasi penggunaan e-payment dengan cara tingkatan prmosi *e-payment* sosialisasikan manfaat kemudahan e-

payment kepada konsumen melalui media sosial, poster ditoko, atau spanduk. Berikan Insentif dengan memberikan diskon, *cashback*, atau *point reward* bagi konsumen yang menggunakan *E-payment*. Perluas metode pembayaran dengan menambahkan lebih banyak *E-payment* yang populer di masyarakat seperti QRIS, DANA, OVO, GoPay atau LinkAja.

Pada penggunaan whatsapp marketing sebagai media pemasaran pihak Zazana mart perlu menggunakan strategi yaitu membuat grup atau broadcast pelanggan untuk memberikan informasi promo, diskon, atau produk baru secara rutin. *Personalized marketing* dengan menggunakan fitur chat personal untuk mengirim pesan yang lebih personal, seperti ucapan selamat ulang tahun atau rekomendasi produk. Respon cepat dengan memastikan tim marketing merespon pertanyaan atau pesan pelanggan dengan cepat dan ramah untuk meningkatkan kepuasan. Gunakan konten menarik dengan mengirim konten visual seperti foto produk, video promo, atau infografis yang menarik melalui whatsapp untuk meningkatkan pembeli

2. Akademis

Peneliti megharapkan agar penelitian ini dapat berguna bagi mahasiswa lain yang melakukan penelitian serupa atau melakukan penelitian lanjutan atas topik yang sama. Untuk peneliti selanjutnya yang ingin melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk menambahkan variabel-variabel yang belum terdapat dalam penelitian ini seperti variabel faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis, agar menjadi bahan perbandingan dan referensi dalam penelitian- penelitian berikutnya sehingga dapat dipergunakan sebagai acuan baik bagi pengusaha maupun masyarakat umum.

3. Untuk Konsumen

Saran untuk konsumen dalam penelitian ini, kami mendorong agar lebih aktif memberikan umpan balik mengenai pengalaman belanja di minimarket zazana baik melalui survei yang disediakan maupun secara langsung kepada staf zazana. Dengan menyampaikan pendapat mengenai produk, kualitas layanan, dan aspek lain dari pengalaman berbelanja. Dengan demikian dapat membantu pihak minimarket zazana memahami kebutuhan dan preferensi konsumen dengan lebih baik.

Selain itu pertimbangkan untuk memanfaatkan program loyalitas atau promosi yang ditawarkan karena ini tidak hanya memberikan keuntungan bagi konsumen, tetapi juga mendorong Minimarket Zazana untuk terus meningkatkan layanan dan produk yang mereka tawarkan. Keterlibatan konsumen sangat penting dalam menciptakan pengalaman belanja yang lebih baik dan memuaskan.