

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap minat beli pada Caketime.co, dengan jumlah responden yang ada dalam penelitian ini adalah 120 orang. Setelah melakukan penyebaran kuesioner. Dapat diambil kesimpulan untuk menjawab tujuan penelitian. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian, kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen di Caketime.co Kota Jambi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang ditawarkan, semakin tinggi pula minat beli konsumen. Aspek kualitas produk berupa bahan baku yang baik, sehingga menghasilkan rasa yang berkualitas, konsistensi, serta estetika produk menjadi faktor utama yang menarik perhatian konsumen untuk melakukan pembelian.
2. Promosi juga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Strategi promosi yang diterapkan, seperti penggunaan media sosial, yaitu *instagram*, diskon, dan program loyalitas pelanggan, mampu meningkatkan daya tarik produk serta membujuk konsumen untuk melakukan pembelian. Promosi yang efektif dapat meningkatkan kesadaran merek dan memperluas pangsa pasar Caketime.co.
3. Berdasarkan hasil dari Uji SPSS yang dilakukan oleh peneliti didapatkan hasil yang simultan dengan nilai yang berpengaruh, yang berarti hal ini dapat

disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan promosi terhadap minat beli pada Caketime.co

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan hasil pembahasan dalam penelitian ini, maka penulis mencoba memberikan saran kepada pihak yang berkaitan maupun pihak lainnya sebagai bahan pertimbangan yaitu sebagai berikut :

1. Untuk Pelaku Usaha

Untuk meningkatkan daya saing dan memperkuat posisi di pasar, Caketime.co sebaiknya terus berinovasi dalam kualitas produknya. Perlu dilakukan pengembangan rasa dan variasi produk agar tetap menarik bagi konsumen, serta memastikan konsistensi dalam bahan baku dan proses produksi guna menjaga kepuasan pelanggan. Selain itu, strategi promosi yang lebih inovatif perlu diterapkan, seperti melakukan kolaborasi dengan influencer, mengadakan event atau giveaway, serta memanfaatkan media sosial dengan konten yang lebih kreatif dan interaktif agar mampu menarik lebih banyak perhatian calon pelanggan baru.

Selain itu, peningkatan layanan jual seperti program loyalitas atau diskon khusus untuk pelanggan tetap juga dapat membantu meningkatkan *retensi* pelanggan. Dengan strategi yang tepat, Caketime.co dapat terus berkembang dan mempertahankan loyalitas konsumennya di tengah persaingan yang semakin ketat.

2. Untuk Akademisi

Penelitian ini memberikan wawasan mengenai bagaimana kualitas produk dan promosi dapat mempengaruhi minat beli konsumen dalam industri kuliner, khususnya pada bisnis kue. Akademisi di bidang pemasaran dan manajemen bisnis dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai referensi untuk studi lebih lanjut mengenai perilaku konsumen dalam industri makanan dan minuman.

Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel tambahan seperti harga, reputasi merek, serta kepuasan pelanggan untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Selain itu, penggunaan metode penelitian yang lebih luas, seperti pendekatan kualitatif atau eksperimen, dapat memberikan perspektif yang lebih mendalam mengenai interaksi antara strategi pemasaran dan perilaku konsumen. Dengan semakin berkembangnya teknologi digital, akademisi juga disarankan untuk meneliti lebih lanjut bagaimana strategi pemasaran digital, seperti penggunaan media sosial dan pemasaran berbasis influencer, dapat lebih efektif dalam meningkatkan minat beli konsumen pada bisnis kuliner.