

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **1.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh inovasi produk dan sosial media terhadap keputusan pembelian di Cafe Jkov Koffie dengan jumlah responden yang ada dalam penelitian ini adalah 215 orang. Setelah melakukan penyebaran kuesioner. Dapat diambil kesimpulan untuk menjawab tujuan penelitian. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil dari penelitian variabel inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Cafe Jkov Koffie. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, sehingga perlu dilakukan analisis lebih lanjut untuk memahami faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian pada Cafe Jkov Koffie.
2. Berdasarkan hasil dari penelitian variabel sosial media terhadap keputusan pembelian di Cafe Jkov Koffie, didapatkan nilai yang berpengaruh secara signifikan. Dengan menggunakan sosial media secara aktif dimana semakin baik strategi pemasaran yang diterapkan dengan media elektronik maka akan meningkatkan keputusan pembelian pada cafe jkov koffie. Yang berarti terdapat pengaruh sosial media terhadap keputusan pembelian pada Cafe Jkov Koffie.
3. Berdasarkan hasil yang dilakukan oleh peneliti didapatkan hasil yang simultan dengan nilai yang berpengaruh. Hasil ini dapat dilihat hasil uji F menunjukkan

bahwa nilai F hitung sebesar 51,582 lebih besar dari F tabel yaitu 3,05 dan nilai signifikasinya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,001, yang berarti hal ini dapat diperoleh bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara inovasi produk dan sosial media terhadap keputusan pembelian pada cafe jkov koffee.

## 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

Inovasi produk pada cafe Jkov Koffee sudah cukup baik, namun adapun hal yang disarankan kepada Cafe Jkov Koffee seperti inovasi rasa produk baru kopi dengan menciptakan kombinasi rasa baru atau penyajian yang unik, terhadap kepuasan pelanggan dan dapat melibatkan uji coba produk baru dan survei kepuasan pelanggan. Dan dapat sarankan juga menggunakan teknologi dalam proses penyajian seperti aplikasi pemesanan online atau alat penyeduh kopi modern, dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dan efisiensi operasional di cafe.

Untuk variabel sosial media sudah cukup maksimal, namun peneliti menyarankan ditingkatkan lagi untuk memanfaatkan *influencer* lokal atau kolaborasi dengan *food bloggers* untuk meningkatkan visibilitas pada Cafe Jkov Koffee, dan lebih memperdalam atau memperhatikan ulasan pelanggan dan

menjawab pertanyaan di media sosial dapat meningkatkan loyalitas dan memberikan kesan positif terhadap pelayanan cafe tersebut.

Pengaruh inovasi produk dan sosial media terhadap keputusan pembelian pada Cafe Jkov Koffie terbilang baik, pada kondisi ini seharusnya bisa dimanfaatkan lebih oleh pihak cafe untuk menarik perhatian pelanggan baru dengan cara menjalin hubungan dengan komunitas-komunitas, dan promo yang bisa menarik pengunjung agar Cafe Jkov Koffie lebih siap menghadapi pesaing-pesaing lainnya yang mungkin akan bertambah banyak.

## **2. Akademis**

Peneliti mengharapkan 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 faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian agar menjadi bahan perbandingan dan referensi dalam penelitian-penelitian berikutnya sehingga dapat di pergunakan sebagai acuan baik bagi pengusaha maupun masyarakat umum.