

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis yang diajukan mengenai pengaruh gaya hidup, promosi, E-WOM, persepsi kualitas dan persepsi harga terhadap minat beli pada konsumen restoran korea Jjangyori di Kota Madiun dengan sampel sebanyak 210 responden, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Gaya hidup tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen di restoran korea Jjangyori di Kota Madiun. Hal ini dikarenakan setiap konsumen memiliki gaya hidup sendiri terhadap minat mereka, dengan kata lain apabila produk tersebut dirasa sesuai dengan gaya hidup konsumen maka konsumen tidak akan segan dalam membeli produk tersebut.

Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen di restoran korea Jjangyori di Kota Madiun. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang diunggah pada media sosial instagram restoran korea Jjangyori di Kota Madiun menarik calon konsumen sehingga mampu menargetkan sasaran konsumen dengan tepat.

E-WOM tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen di restoran korea Jjangyori di Kota Madiun. Hal ini menunjukkan bahwa Komentar secara baik atau buruk yang diunggah oleh

konsumen lain produk yang dibelinya merupakan indikator yang penting yang mempengaruhi minat beli konsumen.

Persepsi Kualitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen di restoran korea Jjangyori di Kota Madiun. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas yang ditawarkan oleh restoran korea Jjangyori di Kota Madiun tidak selalu konsisten dari waktu ke waktu sehingga sehingga dapat meningkatkan minat beli konsumen.

Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen di restoran korea Jjangyori di Kota Madiun. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan pada restoran korea Jjangyori di Kota Madiun terjangkau dan sesuai dengan daya beli konsumen sehingga dapat meningkatkan minat beli konsumen.

B. Implikasi dan Saran

1. Implikasi Penelitian

Berdasarkan simpulan dari hasil penelitian diatas memberikan beberapa implikasi sebagai berikut:

1. Implikasi penelitian ini pada variabel gaya hidup restoran Jjangyori bisa dijadikan tempat berkumpul dengan teman, sajian *streetfood* di kota Madiun tidak hanya pada restoran Jjangyori sehingga memiliki banyak pesaing, harga makanan di restoran Jjangyori sesuai dengan kualitas menu yang disediakan.

2. Implikasi dari hasil penelitian ini adalah promosi yang baik mampu membuat orang yang sebelumnya tidak tertarik untuk membeli produk akan menjadi tertarik dan mencoba produk tersebut sehingga menimbulkan keinginan untuk membeli. restoran Jjangyori mengambil strategi dengan cara meningkatkan kualitas promosi dengan cara memberikan diskon penawaran kepada konsumen, meningkatkan kuantitas promosi dari segi nilai penjualan yang diberikan kepada konsumen
3. Implikasi pada penelitian ini melalui E-Wom, komunikasi dapat terbentuk di sosial media instagram untuk saling terhubung dengan pengguna lainnya dengan produk yang sama. pelaku usaha restoran Jjangyori di kota Madiun untuk memperbanyak konten menarik yang berisi informasi yang jelas tentang produk tersebut, mempertahankan konsistensi terhadap konten sehingga meningkatkan kepercayaan masyarakat agar merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain.
4. Implikasi penelitian ini pada variabel persepsi kualitas pada konsumen produk restoran Korea Jjangyori di kota Madiun dapat disimpulkan bahwa cara meningkatkan kualitas produk mulai daya saing produk dan penampilan produk, reputasi produk digunakan untuk memberikan fakta atau pengetahuan

kepada konsumen tentang produk yang dijual, karakteristik produk sebagai ciri khas yang digunakan untuk membedakan produknya dengan pesaing lain.

5. Implikasi penelitian ini pada variabel persepsi harga pada konsumen produk restoran Korea Jangyori di kota Madiun dapat disimpulkan bahwa persepsi harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Seperti harga yang sesuai dengan manfaat yang berarti konsumen merasakan bahwa uang yang dikeluarkan untuk membeli produk dari restoran Korea Jangyori di kota Madiun terbilang terjangkau.

2. Saran Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, E-WOM, Persepsi Kualitas Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Restoran Korea Jjanyori Di Kota Madiun” maka peneliti ingin memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
 - a. Sangat penting untuk meningkatkan gaya hidup, promosi, E-WOM, persepsi kualitas dan persepsi harga karena hal ini dapat meningkatkan minat beli konsumen.
 - b. Bagi konsumen restoran korea Jjanyori di Kota Madiun diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menjadikan sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan minat beli konsumen.

2. Bagi Calon Konsumen

penelitian yang dilakukan secara menyeluruh dapat memberikan informasi yang lebih akurat dan terperinci kepada konsumen tentang restoran korea Jjangyori di Kota Madiun yang mereka pertimbangkan untuk membeli. Hal ini dapat membantu konsumen membuat keputusan yang lebih baik dan terinformasi sehingga merasa lebih percaya diri dan puas dengan keputusan membeli tersebut.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan penelitian ini sebagai tambahan ilmu dan informasi serta dapat digunakan sebagai landasan yang memiliki tema sesuai dengan judul penelitian ini yaitu Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, E-WOM, Persepsi Kualitas Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli.