

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah diolah dalam penelitian lapangan tentang Analisis Aktivitas Promosi Melalui Media Sosial, *Event*, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Kunjung Kembali di Soul Kitchen Cemilovers Pit-Stop :

1. Berdasarkan analisis deskriptif dapat disimpulkan aktivitas promosi melalui media sosial dengan skor rata-rata sebesar 4,16, *event* dengan skor rata-rata sebesar 4,07, kualitas produk dengan skor rata-rata 4,08, dan minat kunjung kembali dengan skor 4,08 dengan kategori Tinggi.
2. Hasil penelitian aktivitas promosi melalui media sosial mempunyai t_{hitung} sebesar 10,994 > nilai t_{tabel} sebesar 1,651 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan aktivitas promosi melalui media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung kembali di Soul Kitchen Cemilovers Pit-Stop.
3. Hasil penelitian *event* mempunyai t_{hitung} sebesar 2,361 > nilai t_{tabel} sebesar 1,651 dengan nilai signifikansi $0,019 < 0,05$ maka dapat disimpulkan *event* berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung kembali di Soul Kitchen Cemilovers Pit-Stop
4. Hasil penelitian kualitas produk mempunyai t_{hitung} sebesar 3,277 > nilai t_{tabel} sebesar 1,651 dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ maka dapat disimpulkan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung kembali di Soul Kitchen Cemilovers Pit-Stop.

5. Hasil penelitian dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} yang diperoleh yakni sebesar 94,411 sedangkan nilai F_{tabel} dengan derajat pembilang ($df_1 = k-1$) atau $3-1 = 2$ dan derajat penyebut ($df_2 = n-k-1$) atau $220-3-1 = 216$ dengan derajat signifikansi 0,05, maka F_{tabel} adalah 3,10. Berarti nilai F_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan nilai F_{tabel} sehingga hipotesis alternatif yang diterima. Selain itu, pada hasil pengujian didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa H_5 dalam penelitian ini diterima yang artinya aktivitas promosi melalui media sosial, *event* dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung kembali di Soul Kitchen Cemilovers Pit-Stop.

5.2 Saran

1. Saran Untuk Penelitian Lanjutan

Penelitian ini dapat dijadikan kembali dengan objek penelitian yang berbeda seperti toko baju, toko sepatu, supermarket dll dikarenakan dalam penelitian ini menunjukkan variabel aktivitas promosi melalui media sosial, *event*, dan kualitas produk. Serta dengan item pertanyaan yang berbeda dengan pertanyaan kuisisioner penelitian lainnya. Bagi penelitian selanjutnya dapat dimanfaatkan sebagai bahan rujukan dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan aktivitas promosi melalui media sosial, *event*, dan kualitas produk terhadap minat kunjung kembali. Peneliti juga menyarankan untuk melakukan penelitian dengan menggunakan penelitian kualitatif agar dapat dibandingkan hasil penelitiannya sehingga penelitian ini menjadi lebih lengkap.

2. Saran yang ditunjukkan untuk Soul Kitchen Cemilovers Pit-Stop

Soul Kitchen Cemilovers Pit-Stop harus memperhatikan kembali aktivitas promosi melalui media sosial agar dapat terus eksis dan dapat menyampaikan informasi lebih banyak lagi tentang Soul Kithcen. Pemilik juga harus dapat meningkatkan penyelenggaraan *event* dan terus konsisten mempertahankan tingkat kualitas produk yang disediakan agar kepuasan konsumen tidak menurun dan kunjungan pelanggan akan meningkat.

