

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh *electronic word of mouth*, kualitas produk dan harga terhadap minat beli sosis indomaret yummy choice. Data diolah menggunakan program komputer SPSS 21. Dengan melibatkan 85 responden dari mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus angkatan 2020, hasil penelitian menunjukkan bahwa:

1. Variabel *electronic word of mouth* secara parsial berdampak positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen sosis indomaret Yummy Choice.
2. Variabel kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat beli konsumen sosis indomaret Yummy Choice.
3. Variabel harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen sosis indomaret Yummy choice.

B. Saran

Dari kesimpulan penelitian ini, terdapat beberapa saran untuk penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Terdapat keterbatasan penelitian yang terdapat pada variabel yang digunakan belum cukup kompleks. Sehingga, untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel yang belum disajikan dalam penelitian ini.
2. Keterbatasan pada objek penelitian adalah bahwa hanya melibatkan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) angkatan 2020. Penelitian berikutnya dapat memilih objek yang lebih luas atau kompleks, karena sosis indomaret Yummy Choice sudah ada di seluruh indomaret *fast food*.
3. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam bidang pemasaran dan membantu perusahaan sosis indomaret yummy choice dalam meningkatkan strategi pemasaran mereka