

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti maka dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian yaitu Promosi melalui media sosial yang dilakukan oleh koperasi meleko bangkit berperan penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh informasi melalui media sosial (instagram, facebook dan whatsapp). Selama menganalisa terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk-produk koperasi meleko bangkit meliputi: lokasi penjual yang strategis, pelayanan yang baik, iklan dan promosi, serta penggolongan barang.

#### 5.2 Saran

Dari hasil pembahasan dan kesimpulan yang didapatkan, adapun saran yang dapat peneliti berikan kepada koperasi meleko bangkit yaitu Koperasi Meleko Bangkit sebaiknya lebih mengoptimalkan promosi melalui media sosial yaitu akun *instagram* dan *facebooknya* tampilannya lebih dipercantik lagi agar terlihat indah oleh kosumen kemudian rajin-rajin memposting foto atau video dalam kedua akun tersebut karena memiliki peluang yang bagus dalam segi pemasaran.

Koperasi meleko bangkit juga harus membuat blog mengenai koperasi meleko bangkit agar lebih banyak yang mengetahui koperasi tersebut.



## DAFTAR PUSTAKA

Amrullah, Dimas Bayu, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, D A N Bisnis, and Universitas Muhammadiyah Surakarta, 'PENERAPAN E-COMMERCE TERHADAP PENJUALAN GITAR PADA UD . SUMBER REJEKI MUSIK PENERAPAN E- COMMERCE TERHADAP PENJUALAN GITAR PADA UD . SUMBER REJEKI MUSIK', 2022

Anggraeni, L. (n.d). Retrieved September 7,2018, from <http://teknologi.metrotvnews.com/news-teknolgi/0k8L1edk-130-juta-penduduk-indonesia-sudah-pakai-medsos>

Anita Lestari, *Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Butik MISSYSHOP OFFICIAL di Kota Makasar.*2020.

Bagas Aji Pamungkas. (2016) *Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan WORD OF MOUTH Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. X No. 2. 2016.

Basu Swastha Dharmmesta, T. Hani Handono, Manajemen Pemasaran, Yogyakarta: BPFYogyakarta, 1982

Basu Swastha, Manajemen Penjualan: Edisi Ketiga, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta,1989.

Boone, Louis E dan Kurtz, David L. (2002). Pengantar Bisnis. Jilid ke-1. Terjemahan

Anwar Fadriansyah. Penerbit Erlangga. Jakarta.

Boyd, Harper W, Orville C Walker and Jean Claud L. 2000. Manajemen Pemasaran.  
Jakarta: Erlangga.

Drs H. Indriyo Gitosudarmo, M.Com ; 2000 ; “Manajemen Pemasaran” ; Edisi ke-1;  
BPFE ; Yogyakarta.

Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, Yogyakarta: ANDI, 2002

Fatimah Nur Arifah Analisis Sosial Media Sebagai Strategi Marketing Dalam Bisnis  
Online, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 11 No. 2 2015

Indika, Deru R, and Cindy Jovita. 2017. “Media Sosial Instagram Sebagai Sarana  
Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen.” *Jurnal Bisnis Terapan 1*  
(01): 25. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>.

JB, M. (2013). Promosi, distribusi, harga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian  
Rokok Surya Promild. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan*.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2012. *Marketing Managemen*, Edisi 14, New  
Jersey: Prentice-Hall Published.

Novita, Dian, Lin Suciani Astuti, Fibria Anggraini, and Puji Lestari, ‘Pengaruh  
Promosi Menggunakan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Be  
Glow Skincare’, *Seminar Nasional Riset Dan Teknologi (SEMNAS RISTEK)*  
2020, 2020, 161–65.

Padlan, Nurbaiti. (2022) *Analisis Pengaruh Media Sosial Sebagai Media Informasi*.

*Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*. Vol.2 No.2. 2022

Philip Kotler Dan Gary Armstrong.2008.*Prinsip-prinsip Pemasaran* Jilid 2 Edisi 12,

Jakarta: Erlangga.

Philip Kotler Dan Kevin Lanne Keller(2013).*Manajemen Pemasaran*.Jakarta:

Erlangga.

Psikologi Social Media. Thoyibie, L.( 2010) .[Online].Diaksesdari :

<http://komunikasi-indonesia.org>.

Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Sugianto Putri, C. (2016). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli*. PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:

Alfabeta

Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi III*. Yogyakarta:CV. Andi Offset

Tsitsi,et.al.,“The Adoption of Social Media Marketing in South African Banks”,

*European Business Review*, Vol. 25:4 (2013)

Wulandari, Nur, 'Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi

Terhadap Kepuasan Konsumen, Skripsi', *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2013, 59



**L**

**A**

**M**

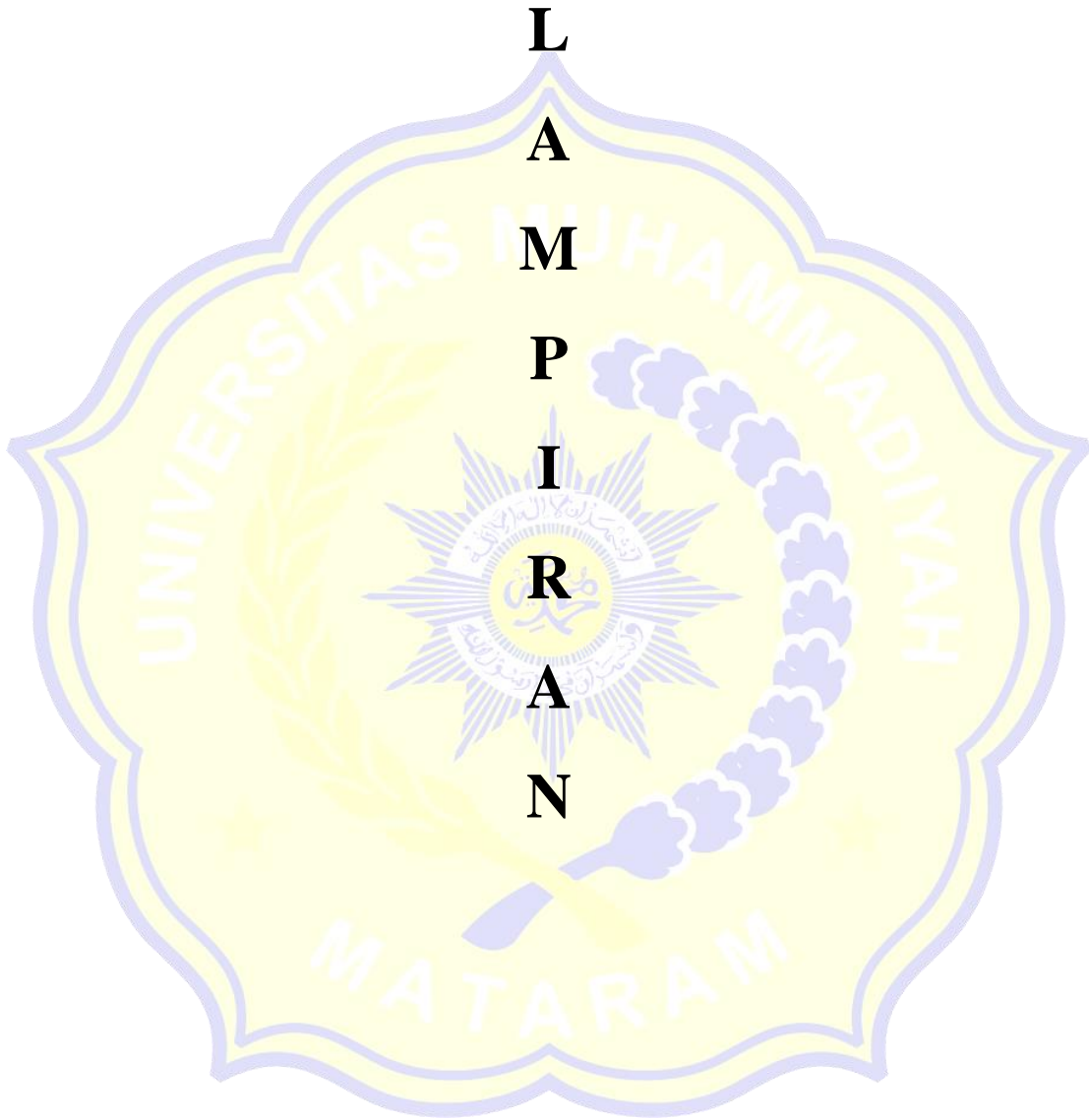
**P**

**I**

**R**

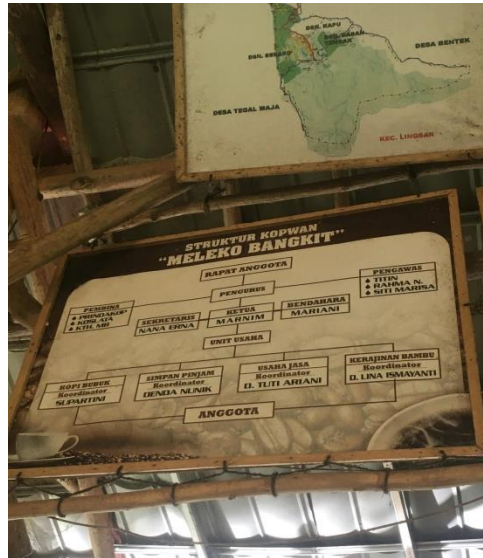
**A**

**N**



## LAMPIRAN

### DOKUMENTASI



Gambar 1. Struktur Organisasi



Gambar 2. Produk Kopi Meleko Bangkit





**Gambar 3. Produk anyaman bambu Koperasi Meleko Bangkit**



**Gambar 4. Akun instagram koperasi meleko bangkit**



**Gambar 5. Akun facebook koperasi meleko bangkit**



**Gambar 6. Wawancara dengan ketua koperasi meleko bangkit**



**Gambar 7. Wawancara dengan sekretaris koperasi meleko bangkit**



**Gambar 8. Ketua koperasi meleko bangkit**



**Gambar 9. Wawancara dengan konsumen Sasa Sasenda**



**Gambar 10. Dokumentasi dengan konsumen Raden Mariadi Adi Wijaya**

## **PEDOMAN WAWANCARA DENGAN KETUA KOPERASI MELEKO**

### **BANGKIT**

1. Bagaimana sejarah koperasi meleko bangkit?
2. Siapa yang bertanggung jawab terhadap promosi produk koperasi meleko bangkit?
3. Apa saja media promosi yang koperasi meleko bangkit gunakan saat ini?
4. Bagaimana cara anda menentukan promosi penjualan?
5. Media promosi apa yang koperasi meleko bangkit gunakan untuk promosi?
6. Seberapa efektif koperasi meleko bangkit menggunakan promosi melalui media sosial?
7. Bagaimana hasil penjualan menggunakan promosi media sosial?
8. Seberapa lama koperasi meleko bangkit menggunakan promosi media sosial?
9. Apakah akun media sosial koperasi meleko bangkit aktif?
10. Bagaimana progres promosi melalui media sosial koperasi meleko bangkit?
11. Apakah ada kendala dalam promosi media sosial koperasi meleko bangkit?

## **PEDOMAN WAWANCARA DENGAN KONSUMEN**

1. Darimana anda mengetahui produk koperasi meleko bangkit?
2. Bagaimana anda melihat akun promosi media sosial koperasi meleko bangkit?
3. Apa yang membuat anda tertarik membeli produk koperasi meleko bangkit?

4. Apakah anda tertarik membeli produk koperasi meleko bangkit melalui media sosial?
5. Faktor apa yang membuat anda tertarik membeli produk koperasi meleko bangkit?
6. Bagaimana menurut anda pelayanan yang diberikan oleh koperasi meleko bangkit?



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN  
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**  
Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram  
Website: fisipol.ummat.ac.i

**BERITA - ACARA**

Pada hari ini **Selasa** Tanggal **06** Bulan **Februari** Tahun **2024** pukul **11.00** Wita telah diselenggarakan **Ujian Sidang Skripsi** bertempat di Ruang Sidang Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram dan dinyatakan **LULUS / ~~TIDAK LULUS~~** dengan predikat **~~TUKTIP~~ / ~~MEMUASKAN~~ / ~~SANGAT MEMUASKAN~~** CUM LAUDE, Mahasiswa :

Nama : **Dende Gina Safitri**  
NIM : **2020B1C004**  
Jurusan : **Administrasip**  
Program Studi : **Administrasi Bisnis**  
Konsentrasi : **ENTREPRENEUR**  
Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram**  
Judul Skripsi : **"Analisis Promosi Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Produk-Produk Koperasi Meleko Bangkit".**

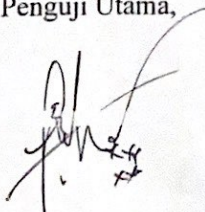
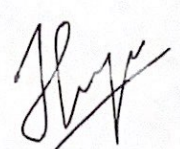
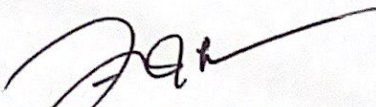
Rekap Nilai dari masing-masing Team Penguji sebagai berikut :

No	Nama Team Penguji Skripsi	Jabatan	IP Yang Diberikan
1	Selva, M.Sc. NIDN. 0811118601	PU	3,2
2	Handoyo Wirastomo, SE., MM. NIDN. 0813048802	PP	3,71
3	Amin Saleh, S.Sos., M.I.Kom. NIDN. 0831128310	PN	3,64
<b>TOTAL</b>			

$$\text{AI IP} = \frac{\text{Jumlah IP}}{\text{Jumlah Penguji}} = \frac{11,05}{3} = 3,68$$

Mataram, 06 Februari 2024

**TIM PENGUJI SKRIPSI**

Penguji Utama,	Penguji Pendamping,	Penguji Netral,
 <b>Selva, M.Sc.</b> NIDN. 0811118601	 <b>Handoyo Wirastomo, SE., MM.</b> NIDN. 0813048802	 <b>Amin Saleh, S.Sos., M.I.Kom.</b> NIDN. 0831128310



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN  
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**  
Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram  
Website: [fisipol.ummat.ac.i](http://fisipol.ummat.ac.i)

**BERITA - ACARA**

Lampiran : Berita Acara Ujian Skripsi Sarjana Lengkap Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

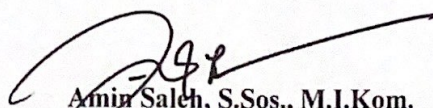
Nama : **Dende Gina Safitri**  
NIM : 2020B1C004  
Jurusan : Administrasi  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Konsentrasi : ENTREPRENEUR  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram  
Judul Skripsi : *"Analisis Promosi Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Produk-Produk Koperasi Meleko Bangkit"*.

**KOMPONEN – KOMPONEN SKRIPSI YANG DIUJI**

NO	KOMPONEN	BOBOT	NILAI	B X N	KET.
1	Sistematika	2	4	8	
2	Latar Belakang / Alasan	2	3	6	
3	Wawasan Pengetahuan	2	4	8	
4	Metodologi	3	3,5	10,5	
5	Penyajian Data	3	3,5	10,5	
6	Analisa Data	4	3,5	14	
7	Kesimpulan	2	3	6	
8	Konsistensi Bahasan	3	4	12	
9	Bahasa	2	4	8	
10	Sikap	2	4	8	
<b>Jumlah</b>		25		91	

TOTAL BN  
IP  $\frac{91}{25} = 3,64$   
TOTAL B

Mataram, 06 Februari 2024  
Penguji Netral,

  
**Amin Saleh, S.Sos., M.I.Kom.**  
NIDN. 0831128310





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN  
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**  
Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram  
Website: [fisipol.ummat.ac.i](http://fisipol.ummat.ac.i)

**BERITA - ACARA**

Lampiran : Berita Acara Ujian Skripsi Sarjana Lengkap Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Nama : **Dende Gina Safitri**  
NIM : 2020B1C004  
Jurusan : Administrasi  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Konsentrasi : ENTREPRENEUR  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram  
Judul Skripsi : *"Analisis Promosi Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Produk-Produk Koperasi Meleko Bangkit"*.

**KOMPONEN – KOMPONEN SKRIPSI YANG DIUJI**

NO	KOMPONEN	BOBOT	NILAI	B X N	KET.
1	Sistematika	2	3,5	7	
2	Latar Belakang / Alasan	2	3,8	7,6	
3	Wawasan Pengetahuan	2	4	8	
4	Metodologi	3	3,5	10,5	
5	Penyajian Data	3	3,5	10,5	
6	Analisa Data	4	3,5	14	
7	Kesimpulan	2	3,6	7,2	
8	Konsistensi Bahasan	3	4	12	
9	Bahasa	2	4	8	
10	Sikap	2	4	8	
<b>Jumlah</b>		25		92,8	

TOTAL BN  
IP ----- 37 -----

Mataram, 06 Februari 2024  
Penguji Utama,

Selva, M.Sc.  
NIDN. 0811118601

