

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan mengenai pengaruh promosi terhadap perilaku konsumen pada koperasi serba usaha raptama jaya desa rounggurnihuta dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh terhadap konsumen pada koperasi serba usaha raptama jaya desa rounggurnihuta menunjukkan bahwa, terdapat pengaruh promosi word of mouth. Hal ini didukung dengan hasil analisis uji regresi linear sederhana dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$ yang menunjukkan terdapat arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y yang bernilai positif dengan didapatkan persamaannya adalah $Y = 15,159 + 0,431X$).

Pengujian statistik uji t hasilnya adalah bahwa terdapat pengaruh sistem informasi manajemen terhadap efektifitas perkuliahan secara signifikan dengan nilai t-hitung $>$ t-tabel ($3,513 > 2,41$) dengan signifikansi sebesar 0,000. Jadi, dapat dikatakan bahwa dalam penelitian pengaruh promosi terhadap perilaku konsumen pada koperasi serba usaha raptama jaya desa rounggurnihuta pada kategori sedang.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan saran yaitu sebagai berikut:

Koperasi serba usaha raptama jaya desa rounggurnihuta dapat mempertimbangkan untuk meningkatkan strategi promosi mereka, seperti mengadakan acara promosi tingkat lokal dan adapun saran selanjutnya yaitu untuk anggota dan pengurus koperasi agar lebih baik lagi dan mengkoordinasikann atau mengurus koperasi sebaik mungkin sehingga tertata dan terstruktur agar dapat berjalan dengan lancar Koperasu Serba Usaha unit Desa Rounggurnihuta.

Koperasi serba usaha dapat melaksanakan gerakan menanam seribu pohon memiliki tujuan untuk melestarikan lingkungan dan menanam pohon yang memiliki banyak manfaat untuk kehidupan manusia. Selain untuk pencegahan banjir, merupakan sarana untu melestarikan lingkungan, agar lingkungan kembali asri dan sehat tanpa adanya pencemaran. Dengan adanya penghijauan akan membuat ligkungan lebih segar, teduh, nyaman, dan asri.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, A. S. 2007. Analisis Pengaruh Media Promosi Pamflet, Selebaran, Papan Iklan, Spanduk Terhadap Perilaku Konsumen di Toko *Doorstech* di Pabelan Kartasura (*Doctoral dissertation, Tesis*. Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Aliyah, K.A. 2017. Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Viral Marketing Sebagai Variabel Intervening. Insitut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Aminah, S., & Ramadhani, M. M. 2021. Pengaruh Konten Media Brosur Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Di Kreditplus Cabang Banjarmasin. *Yudishtira Journal: Indonesian Journal of Finance and Strategy Inside*, 1(3), 191-210.
- Ardani, W. 2022. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Perilaku Konsumen. *Universitas Mahendradatta, Denpasar, Bali, Indonesia*.
- Arianto, B. 2020. Pengembangan UMKM digital di masa pandemi covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 6(2), 233-247.
- Hanum, Z., & Hidayat, S. 2017. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek nike di kota medan. *Jurnal Bis-A: Jurnal Bisnis Administrasi*, 6(1), 37-43.
- Herwina, H. 2020. *Pengaruh Media Promosi Terhadap Minat Menabung di BRI Syariah Cabang Bone* (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).
- Kusuma, S. 2016. Posisi media cetak di tengah perkembangan media online di Indonesia. *Jurnal InterAct*, 5(1), 56-71.
- Kartikawati, S. (2021). Pengaruh Iklan, Promosi Penjualan, Hubungan Masyarakat, Penjualan Personal Dan Pemasaran Langsung Terhadap Ekuitas Merek Indomaret (Studi Kasus Masyarakat Indomaret Di Kota Bogor). *Jurnal GICI Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 13(2), 37-52.
- Lestari, A. N. I. T. A. 2020. Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Padabutik Missyshop Official Di Kota Makassar. *Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar*.

- Mahendrawati, N. L. M., Mandasari, I. C. S., & Sukandia, I. N. 2021. Pengabdian Kemitraan Masyarakat Pada Koperasi Simpan Pinjam. *International Journal Of Community Service Learning*, 5(3), 265-272.
- Mawey, H. E. (2013). Motivasi, persepsi, dan sikap konsumen pengaruhnya terhadap keputusan pembelian produk PT. Rajawali Nusindo Cabang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4).
- Mariyanti, Luh Dwi, and Gede Bayu Rahanatha. "Pengaruh Celebrity Endorsers Dan Pesan Iklan Di Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Es Krim Walls Magnum Belgium Chocolate." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 4.10 2015.
- Oktavianto, D. E., & Suryati, S. 2023. Pengaruh budaya organisasi dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan PT. Intan Sejati Klaten. *Smooting*, 21(2), 86-95.
- Riswanto, W. 2013. Pengaruh Media Promosi Terhadap Minat Berkunjung Pemustaka di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. *Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga*.
- Salsabillah, V. P. 2023. *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Pamflet Promosi Yang Tidak Sesuai Dengan Harga Di Kasir Pada Restoran Makanan Cepat Saji* (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Sangadji dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono, F. X. 2017. *Neraca Pembayaran: Konsep, Metodologi dan Penerapan* (Vol. 4). Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia.
- Sumarni, Tarsinah, et al. "Penerapan Augmented Reality Markerless Pada Media Promosi Perumahan (Studi Kasus CV. Khansa Kirani)." *Naratif: Jurnal Nasional Riset, Aplikasi dan Teknik Informatika* 4.1 2022: 95-102.
- Tampubolon, R. J. 2022. Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi keamanan terhadap niat menggunakan dompet digital di kota Binjai.
- Togodly, Elisabet; Tarore, Henny Stientje; Tumbel, Tinneke Mesye. Pengaruh Promosi terhadap Peningkatan Penjualan pada Koperasi Serba USAha Baliem Arabica di Kabupaten Jayawijaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 2018, 6.001.

- Widaningsih, R. A., Waluyo, H. D., & Listyorini, S. 2014. Pengaruh Promosi, Desain Produk Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Mobil Toyota Yaris. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(3), 102-111.
- Yuliyanto, W. 2020. Pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan di Toko Aleea Shopid Kebumen. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(2), 168-172.

