

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa :

1. Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk UMKM di Kelurahan Fatukoa Kota Kupang. Meningkatnya penggunaan media sosial, promosi digital terbukti efektif dalam menjangkau konsumen potensial dan meningkatkan kesadaran akan produk UMKM tersebut.
2. Kemudahan memiliki pengaruh signifikan dengan arah negatif terhadap minat beli produk UMKM di Kelurahan Fatukoa Kota Kupang. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan media digital saja belum tentu meningkatkan minat beli apabila tidak diimbangi dengan profesionalitas pengelolaan, kejelasan informasi produk, serta tingkat kepercayaan konsumen.
3. Kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk UMKM di Kelurahan Fatukoa Kota Kupang, dibangunnya hubungan yang baik dari pelaku UMKM untuk menampilkan produk lewat media digital yang jujur, aman dalam transaksi, dan konsisten dalam menjaga mutu dari produk serta reputasi usaha yang baik maka banyak konsumen yang akan berbelanja secara online.
4. Promosi, kemudahan, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk UMKM di Kelurahan Fatukoa, Kota

Kupang. Hal ini menunjukkan bahwa minat beli konsumen menurut persepsi pelaku UMKM dipengaruhi oleh kombinasi ketiga faktor tersebut. Meskipun kemudahan secara parsial memiliki pengaruh negatif, secara simultan variabel ini tetap memberikan kontribusi terhadap model penelitian, sehingga strategi pemasaran digital yang efektif harus mengintegrasikan promosi yang menarik, pengelolaan kemudahan akses yang baik, dan pembangunan kepercayaan yang kuat untuk meningkatkan minat beli secara berkelanjutan.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian ini, penulis memberikan beberapa saran:

1. Meningkatkan kualitas dan konsistensi promosi melalui media digital. Promosi sebaiknya dilakukan dengan menyajikan konten yang informatif, menarik, dan mudah dipahami, seperti foto produk yang jelas, deskripsi produk yang lengkap, serta penyampaian keunggulan produk secara jujur. Selain itu, pelaku UMKM juga dapat memanfaatkan berbagai fitur media sosial, seperti story, reels, dan live streaming, untuk meningkatkan interaksi dengan konsumen sehingga minat pembelian terhadap produk UMKM dapat terus meningkat..
2. Mengelola aspek kemudahan secara lebih profesional. Kemudahan akses tidak hanya sebatas kemudahan dihubungi secara personal, tetapi juga harus disertai dengan sistem komunikasi dan transaksi yang jelas dan terstruktur. Pelaku UMKM dianjurkan menggunakan akun bisnis resmi, seperti WhatsApp Business atau akun media sosial khusus usaha, serta menyediakan informasi pemesanan dan pembayaran secara jelas. Dengan demikian, kemudahan yang

diberikan kepada konsumen tetap menciptakan rasa aman dan meningkatkan kepercayaan, sehingga tidak menurunkan minat pembelian.

3. Membangun dan menjaga kepercayaan konsumen dalam setiap aktivitas pemasaran digital. Hal ini dapat dilakukan dengan menjaga konsistensi kualitas produk, memberikan informasi yang sesuai dengan kondisi sebenarnya, serta memastikan keamanan dan kepastian transaksi. Selain itu, pelaku UMKM juga dapat menampilkan testimoni pelanggan, ulasan positif, dan bukti transaksi untuk meningkatkan kredibilitas usaha. Kepercayaan yang tinggi dari konsumen diharapkan mampu mendorong peningkatan minat pembelian produk UMKM secara berkelanjutan.
4. Memahami kebutuhan dan preferensi konsumen melalui komunikasi yang aktif dan responsif di media digital. Dengan pengelolaan pemasaran digital yang tepat dan terarah, minat pembelian konsumen terhadap produk UMKM di Kelurahan Fatukoa diharapkan dapat terus meningkat