

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dilakukan pada bab sebelumnya, maka pada bagian ini dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Variabel Sosial Media Marketing diketahui berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Kuliner di Kelurahan Oesapa
2. Variabel Ketrampilan Wirausaha diketahui berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Kuliner di Kelurahan Oesapa

5.2 Implikasi Teoritis

Teori sosial media menentukan keberhasilan usaha dikemukakan oleh Ardiansah (2021) menyatakan bahwa sosial media merupakan sarana atau wadah yang digunakan untuk mempermudah interaksi diantara sesama pengguna dan mempengaruhi keberhasilan usaha. Hasil penelitian saya mendukung teori yang dikemukakan oleh Ardiansah dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ghassani (2022).

Teori keterampilan usaha menentukan keberhasilan usaha dikemukakan oleh Suyatno (2010:179) menyatakan bahwa keberhasilan usaha ditentukan karena beberapa faktor salah satunya yaitu keterampilan usaha. Hasil penelitian saya mendukung teori yang dikemukakan oleh Suyatno dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Irwan (2016).

5.3 Implikasi Terapan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dibahas pada bagian-bagian sebelumnya, maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi Pihak Usaha Kuliner

Bagi para pelaku usaha kuliner agar meningkatkan penggunaan sosial media marketing agar bisa mencapai keberhasilan usaha tersebut, sehingga menarik kepercayaan dan loyalitas pelanggan agar suatu usaha berkembang lebih baik lagi kedepannya.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai acuan untuk peneliti selanjutnya, agar melakukan penelitian lanjutan dengan menambahkan variabel lainnya yang tidak dapat diteliti oleh penulis sehingga dapat mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keberhasilan kuliner di Kelurahan Oesapa Kota Kupang.

