

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Setelah melihat hasil penelitian yang sudah dianalisis dan juga pembahasan dengan menggunakan SmartPLS 3.0 mengenai sosial media marketing, kualitas produk, dan harga produk terhadap keputusan pembeliandi Toko Kopi Tuku maka dapat diperoleh kesimpulan seperti berikut ini:

1. Sosial media marketing berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Kopi Tuku. Hal tersebut dapat membuktikan bahwa sosial media marketing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut artinya kualitas konten dari sosial media marketing yang baik maka untuk kedepannya akan tetap meningkatkan ketertarikan masyarakat saat melakukan keputusan pembelian di Toko Kopi Tuku. Jika sosial media marketing yang dibuat tidak ada perubahan maka keputusan pembelian menjadi turun terhadap produk Toko Kopi Tuku.
2. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Kopi Tuku. Hal tersebut dapat membuktikan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut artinya kualitas produk yang baik maka untuk kedepannya akan tetap meningkatkan ketertarikan masyarakat saat melakukan keputusan pembelian di Toko Kopi Tuku. Jika kualitas produk yang diberikan tidak ada perubahan maka keputusan pembelian menjadi turun terhadap produk Toko Kopi Tuku.
3. Harga produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Kopi Tuku. Hal tersebut dapat membuktikan bahwa harga produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut artinya harga produk yang baik maka untuk kedepannya akan tetap meningkatkan ketertarikan masyarakat saat melakukan keputusan pembelian di Toko Kopi Tuku. Jika harga produk yang diberikan tidak ada perubahan maka keputusan pembelian menjadi turun terhadap produk Toko Kopi Tuku

V.2 Saran

Setelah melihat hasil dari pembahasan dan kesimpulan yang terdapat di penelitian ini, maka ada saran untuk pihak perusahaan dan para peneliti berikutnya yaitu sebagai berikut:

1. Saran bagi pihak perusahaan

Pihak dari Toko Kopi Tuku disarankan terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas dari konten-konten dalam sosial media marketing kepada para konsumen Toko Kopi Tuku. kualitas konten sosial media marketing yang baik dapat memengaruhi konsumen untuk terus membeli produk dari Toko Kopi Tuku. untuk itu kualitas konten yang disebarakan sebaiknya dapat dipertahankan untuk menarik konsumen. Terkait dengan kualitas produk dari Toko Kopi Tuku diharapkan terus meningkat untuk menjadikan konsumen menjadi setia terhadap brand Toko Kopi Tuku sehingga konsumen tidak akan berpaling kepada pesaing lainnya. Lalu berkaitan dengan harga produk supaya dapat dipertahankan dengan kualitas yang sama. Dengan harga kopi yang cukup murah dibanding dengan pesaingnya, diharapkan Toko Kopi tuku dapat selalu menjadi pilihan utama konsumen ketika ingin membeli kopi.

2. Saran untuk peneliti berikutnya

Untuk para peneliti berikutnya, penulis menyarankan untuk menambah variabel-variabel lain yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian *seperti brand trust, word of mouth, brand awareness, celebrity endorsement, brand ambassador*, dan lain-lain. Selain itu pada penelitian berikutnya juga bisa mengembangkan sampel penelitian dengan memperbesar ukuran sampel dan menambah wilayah sampel.