

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari pelaksanaan yang telah dilakukan serta hasil yang didapatkan atas penelitian tersebut terhadap konsumen Puyo *dessert* di Jakarta selatan terkait dengan hal pengaruh Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan *Social Media Marketing* (X3) terhadap Keputusan Pembelian, didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Puyo *Silky Dessert* di Jakarta selatan. Konsumen mempertimbangkan kualitas produk sebagai faktor ketika membuat keputusan pembelian suatu produk. Hal tersebut berarti keputusan pembelian Puyo *dessert* dipengaruhi oleh kualitas produk, karena kualitas produk yang diberikan kepada konsumen berkualitas baik dan dapat diandalkan, maka keputusan pembelian dipengaruhi secara positif. Semakin tinggi kualitas produk yang tersedia, semakin banyak pelanggan yang akan membeli produk Puyo *Dessert*.
2. Variabel harga produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Puyo *Silky Dessert* di Jakarta selatan. Harga memberikan pengaruh serta dampak keputusan pembelian, atau dapat diartikan sebagai salah satu faktor konsumen dalam membeli suatu produk. Mempunyai dampak serta pengaruhnya harga terhadap keputusan pembelian berarti harga yang ditawarkan puyo *dessert* cukup menarik dan dapat dijangkau oleh segala kalangan, termasuk mahasiswa. Semakin menarik harga Puyo *Dessert* semakin besar kemungkinan untuk dibeli.
3. Variabel *social media marketing* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Puyo *Silky Dessert* di Jakarta selatan. *Social media marketing* yang dilaksanakan Puyo melalui Instagram efektif dalam menjelaskan informasi tentang produk Puyo *Dessert*. Diharapkan dengan menggunakan *social media marketing*, konsumen yang

berada jauh dari lokasi perusahaan dapat mengenali produk yang diperjualkan dan menaikkan atensi serta tingkatan keputusan pembelian dari pihak konsumen. Penggunaan *social media marketing* yang lebih baik/tinggi, maka akan menaikkan atensi serta tingkatan keputusan pembelian dari pihak konsumen produk puyo dessert.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwasanya *social media marketing* mempunyai dampak serta pengaruh terbesar pada konsumen ketika memutuskan untuk membeli produk Puyo Dessert, menyiratkan bahwasanya aspek-aspek yang terkandung dalam *social media marketing* lebih memberikan pengaruh serta dampak konsumen untuk membuat keputusan pembelian. produk Puyo Dessert di Jakarta selatan.

V.2 Saran

Berdasarkan dari hasil pembahasan dan kesimpulan yang sudah dijelaskan, berikut beberapa saran yang dapat diberikan:

1. Bagi Perusahaan

Puyo Dessert diharapkan dapat mempertahankan dan menaikkan atensi serta tingkatan keputusan pembelian dari pihak konsumen yang ditunjukkan oleh indikator *social media marketing* yakni *interaction*, *sharing of content*, *accessibility*, dan *credibility*. Puyo Dessert sebaiknya meningkatkan sharing informasi detail terkait dengan hal produk Puyo Dessert di media sosial lainnya sehingga dapat memberikan pengaruh serta dampak keputusan pembelian konsumen yang membeli produk Puyo Dessert. Hal ini dimaksudkan untuk meningkatkan penjualan karena *social media marketing* mempunyai dampak serta pengaruh yang besar terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya, kualitas produk juga menjadi faktor konsumen saat melaksanakan keputusan pembelian suatu produk. Maka dari itu, Puyo Dessert diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk mengenai rasa yang berkualitas, varian rasa yang banyak, daya tahan produk dan standar higienis didalam tahap-tahap penciptaan *pudding*. Namun, perlu adanya peningkatan mengenai desain baru dalam kemasan sehingga produk aman dan tidak mudah rusak. Kemudian, meski harga mempunyai

dampak serta pengaruh paling kecil, namun tetap menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan saat melaksanakan pembelian. Dikarenakan hal tersebut Puyo *Dessert* diharapkan memperhatikan dan mempertimbangkan harga dengan menetapkan harga berdasarkan harapan dan kebutuhan konsumen, sehingga harga yang ditetapkan dapat dijangkau oleh seluruh konsumen dan dapat bersaing dengan harga puding lainnya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Danjurkan kepada pihak yang akan meneliti terkait topik yang sesuai selanjutnya supaya bisa mengembangkan serta memperluas temuan dari pelaksanaan penelitian ini dengan memasukkan tambahan variabel independen seperti lokasi atau *distribution*. Peneliti selanjutnya dapat lebih banyak melaksanakan pendekatan terhadap pada responden uagar dapat mendapatkan informasi yang layak dan juga selaras dengan situasi yang ada dilapangan, dan diharapkan hasil penelitian yang akan datang dapat memberikan hasil penelitian yang lebih baik.