

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.I Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan kepada konsumen 3second di DKI Jakarta mengenai pengaruh social media marketing, citra merek, dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian. Maka diperoleh kesimpulan social media marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian brand fashion lokal 3second di DKI Jakarta. Social media marketing yang dilakukan oleh 3second sudah cukup baik dan efektif yang mana dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk 3second.

Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian brand fashion lokal 3second di DKI Jakarta. Citra merek yang dibangun oleh 3second sudah baik dapat mendorong konsumen melakukan pembelian 3second. Konsumen tertarik untuk melakukan pembelian ketika citra yang dimiliki oleh sebuah produk baik. Mutu dan kualitas yang ditawarkan oleh produk 3second dapat merepresentasikan bahwa produk yang dijual memiliki kualitas yang baik.

Persepsi kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian brand fashion lokal 3second di DKI Jakarta. Persepsi kualitas 3second sudah baik, yang artinya good quality, security, dan a sense of accomplishment dapat mendorong konsumen dalam melakukan pembelian produk 3second.

V.II Saran

Berdasarkan dari hasil pembahasan dan kesimpulan yang telah dipaparkan sebelumnya, peneliti dapat memberikan saran sebagai perbaikan yang nantinya dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam peningkatan strategi pemasaran yang lebih baik dimasa yang akan datang. Saran yang dapat peneliti berikan diantaranya sebagai berikut :

a. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan ini dapat memberikan gambaran bagi perusahaan terkait dengan hal apa saja yang harus ditingkatkan pada produk brand fashion lokal 3second. Brand fashion lokal 3second

diharapkan untuk terus meningkatkan performanya dalam melakukan social media marketing agar kedepannya mampu menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk 3second. Pemilihan konten yang akan ditayangkan serta pemilihan public figure sebagai model yang dipilih untuk menampilkan produk yang ditayangkan melalui social media juga perlu diperhatikan, sehingga nantinya sesuai dengan target pasar yang dituju. Untuk citra merek sendiri 3second perlu meningkatkan kesan mereka kepada konsumen yang mana berguna untuk peningkatan citra perusahaan sehingga nanti dapat menaikkan tingkat pembelian produk oleh konsumen. Lalu, dari untuk persepsi kualitas 3second perlu memperhatikan kembali produk yang mereka jual sampai ke tangan konsumen jangan sampai ada produk yang kualitasnya tidak bagus atau produk dalam keadaan cacat, karena hal tersebut dapat menyebabkan persepsi konsumen terhadap 3second menurun. Jadi perlu diperhatikan kembali produk yang mereka jual agar pembelian produk meningkat.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dalam pelaksanaan penelitian dimasa yang akan datang terkait dengan keputusan pembelian khususnya untuk produk fashion 3second diharapkan kepada peneliti untuk dapat menambahkan variabel lain yang belum ada pada penelitian ini agar kedepannya lebih berkembang. Selain itu untuk cakupan wilayah dalam penelitian bisa lebih luas dengan jumlah sampel yang lebih banyak sehingga dapat menghasilkan penelitian yang lebih akurat