

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Hasil perolehan pada penelitian yang telah dilaksanakan dengan menggunakan alat analisis software SmartPLS 3.0 serta telah diterangkan sebelumnya mengenai pengaruh *social media marketing*, citra merek, dan kualitas pelayanan pada keputusan pembelian Kopi Kenangan, kesimpulannya adalah pada variabel *social media marketing* Instagram memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dimana hal tersebut mempunyai makna bahwa keputusan pembelian dari konsumen Kopi Kenangan mendapat pengaruh dari adanya akun sosial media Instagram Kopi Kenangan. Akun Instagram Kopi Kenangan memiliki konten-konten yang informatif dan jelas sehingga menarik dimata konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator-indikator yang digunakan pada variabel social media marketing menjadi salah satu factor penentu dan memberikan kontribusi dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Kopi Kenangan.

Berikutnya untuk variabel citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dimana hal tersebut memiliki arti bahwa tidak semua indikator yang terdapat pada variabel citra merek merupakan hal yang utama untuk dilakukan oleh pelanggan ketika menentukan keputusan pembelian Kopi Kenangan. Berdasarkan hasil tersebut, citra merek Kopi Kenangan di Kecamatan Pamulang, Tangerang Selatan tidak menjadi pertimbangan utama konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Variabel selanjutnya adalah kualitas pelayanan yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dimana hal tersebut mempunyai arti bahwa Kopi Kenangan memberikan pelayanan yang baik oleh pegawai atau staff mereka. Dari pengalaman konsumen yang telah merasakan kualitas pelayanan Kopi Kenangan, dapat mengetahui apakah pelayanan yang diberikan oleh pegawai sudah baik atau belum. Hasil pengujian tersebut juga menunjukkan bahwa setiap indikator-indikator yang terdapat pada variabel kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor

penentu dan memberikan kontribusi dalam mempengaruhi pembelian konsumen Kopi Kenangan.

V.2 Saran

Dari penjelasan mengenai pembahasan serta kesimpulan yang telah dilakukan pada penelitian ini, berikut adalah saran yang akan diberikan kepada pihak perusahaan serta penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Untuk Perusahaan
 - a. Untuk penggunaan *social media marketing* Instagram yang dilaksanakan oleh Kopi Kenangan, sebaiknya tetap dipertahankan karena hal ini yang dapat menaikkan keputusan pembelian konsumen Kopi Kenangan dan sebaiknya dapat membuat konten pada laman Instagram yang menarik dan informatif agar konsumen memiliki ketertarikan dalam membeli Kopi Kenangan.
 - b. Untuk citra merek, disarankan Kopi Kenangan dapat memperhatikan serta meningkatkan asosiasi merek mereka kepada konsumen. Sehingga brand Kopi Kenangan melekat di otak konsumen ketika mereka memilih dalam mengkonsumsi produk kopi.
 - c. Terkait kualitas pelayanan pada Kopi Kenangan sudah baik dan disarankan untuk dapat meningkatkan serta mempertahankan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen karena dengan memberikan pelayanan yang baik akan mengundang konsumen untuk melakukan keputusan pembelian ulang karena konsumen merasa puas dengan pengalaman pada pembelian sebelumnya.

2. Untuk Penelitian Selanjutnya

Untuk penelitian yang akan datang, diharapkan dapat memperluas variabel-variabel yang terlibat, seperti harga, kualitas produk, dan lokasi, agar topik mengenai keputusan pembelian dapat dikaji dengan lebih baik. Hal ini penting dilakukan untuk memperluas dan memperdalam penelitian

mengenai variabel keputusan pembelian, sehingga meningkatkan akurasi dan kesempurnaan dalam penelitian selanjutnya.