

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1.Simpulan

Mengacu pada perolehan hasil dengan alat analisis *SmartPLS* serta telah dijelaskan sebelumnya terkait pengaruh Strategi Promosi Media Sosial Instagram, Citra Merek, maupun Gaya Hidup pada Keputusan Pembelian Produk Hito Coffee Bekasi, kesimpulannya yaitu untuk variabel strategi promosi media sosial Instagram memberi pengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembeliannya. Dimana hal tersebut memiliki arti bahwa keputusan pembeliannya dari konsumen Hito Coffee mendapat pengaruh oleh akun media sosial Instagram Hito Coffee. Akun @hitocoffee.id mengandung konten-konten yang jelas dan nyata sehingga terlihat menarik dimata konsumen. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang telah dibangun oleh peneliti.

Selanjutnya untuk variabel citra merek memberi pengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian dimana hal tersebut memiliki arti Hito Coffee senantiasa berupaya menjaga serta mengoptimalkan citra merek produknya secara baik, seperti memiliki logo yang baik dan mudah diingat, reputasi yang baik, dan lainnya, maka citra merek mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk Hito Coffee. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang telah dibangun oleh peneliti.

Lalu, variabel gaya hidup tidak berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian. Hal ini memiliki arti bahwa gaya hidup tidak memberikan pengaruh dalam meningkatkan keputusan pembelian yaitu tidak semua konsumen memperhatikan dan memilih untuk meminum kopi, banyak konsumen yang tertarik pada minuman *non-coffee* seperti teh, *milkshake*, dan lainnya. Hal itu menyebabkan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian lebih memilih minuman lain di gerai minuman spesifik yang menyediakan menu *non-coffee*.

V.2. Saran

Dari pembahasan mengenai simpulan di atas, maka peneliti juga menuliskan berbagai saran sebagai pertimbangannya untuk perusahaan maupun penelitian berikutnya, yaitu:

1. Bagi Perusahaan

- a. Untuk penggunaan strategi promosi media sosial Instagram, Hito Coffee harus dapat mempertahankan cara promosi dengan tetap melakukan *posting* sebuah konten yang menarik, jelas, dan nyata karena konsumen akan memiliki ketertarikan dalam mendatangi dan membeli produk Hito Coffee.
- b. Untuk citra merek, Hito Coffee sudah memiliki reputasi yang baik dimata konsumen. Tetapi, Hito Coffee masih perlu untuk tetap mempertahankan kualitas produk yang baik serta terus melakukan inovasi dan pengembangan dalam menu-menu yang dijual.
- c. Untuk gaya hidup, disarankan Hito Coffee memperhatikan aspek *free wifi* dengan sinyal yang stabil agar dapat meningkatkan ketertarikan konsumen dalam memutuskan pembelian produk Hito Coffee.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi penelitian mendatang, diharap bisa memperbanyak variabel yang lainnya secara lebih bervariasi dan terbaru agar topik mengenai keputusan pembelian dapat berkembang lebih baik lagi. Hal ini diperlukan juga agar penelitian mengenai variabel keputusan pembelian dapat dibahas semakin luas dan semakin dalam lagi untuk menambahkan akurasi serta kesempurnaan dalam penelitian selanjutnya.