

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya penelitian ini, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Social media marketing* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian
2. Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian
3. *Social media marketing* berpengaruh positif terhadap *brand image*
4. Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap *brand image*
5. *Brand image* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian
6. *Brand image* tidak memediasi hubungan antara *social media marketing* terhadap keputusan pembelian
7. *Brand image* tidak memediasi hubungan antara kualitas layanan terhadap keputusan pembelian

5.2 Implikasi Hasil Penelitian

1. Dari segi *social media marketing* *Tekape Coffee and Eatery* memberikan informasi tentang produk yang ada, karena dengan adanya *social media* penggunaan memperoleh informasi dinilai sangat penting bagi konsumen. Ketika ingin melakukan keputusan pembelian, selanjutnya *social media marketing* yang ditunjang dengan fasilitas *member card* dapat lebih

ditingkatkan agar konsumen dapat merasakan manfaat dari fasilitas tersebut.

2. *Tekape Coffee and Eatery* harus memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dengan mengupload konten yang menarik dan berinovasi agar lebih baik lagi, sehingga menjadi salah satu pengaruh Ketika konsumen melakukan keputusan pembelian.
3. Untuk terus meningkatkan keputusan pembelian, maka perusahaan dapat melakukan survei secara berkala kepada konsumen untuk mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen dan mengimplementasikannya agar meningkatnya *image* perusahaan yang lebih baik
4. Ketatnya persaingan usaha yang kian berkembang *social media marketing* harus dilakukan dengan kreatif dan menarik serta kualitas layanan yang baik untuk membentuk *brand image* dari *Tekape Coffee and Eatery*, karena suatu produk yang sudah dikenal dapat membuat konsumen merasa aman karena dapat terhindar dari resiko yang dapat merugikan konsumen dan hal tersebut akan meningkatkan keputusan pembelian produk pada *Tekape Coffee and Eatery*.

5.3 Saran-saran

Dari hasil penelitian yang diperoleh, adapun saran dari penelitian ini agar dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya dan berguna bagi beberapa

pihak dimasa yang akan datang. Beberapa saran dari peneliti adalah sebagai berikut

:

1. Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian ini dengan tema atau dengan judul yang sama disarankan agar mengembangkan penelitian ini seperti menambah variabel baru. Sehingga tercipta penelitian-penelitian yang lebih baik lagi kedepannya.
2. Bagi penelitian selanjutnya disarankan agar menggunakan objek yang berbeda untuk mendapatkan hasil penelitian yang beragam.
3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah total sampel yang digunakan sehingga hasil yang didapat pada penelitian ini lebih baik lagi.
4. Penelitian selanjutnya disarankan untuk lebih dapat memanfaatkan waktu penelitian sehingga menghasilkan hasil penelitian yang memuaskan

Adapun saran dari penelitian ini agar dapat digunakan perusahaan untuk meningkatkan keputusan pembelian pada perusahaan dimasa yang akan datang.

Beberapa saran dari peneliti adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan yang akan menerapkan *social media marketing* pada perusahaannya, disarankan untuk mencari tahu lebih dalam tentang bagaimana cara kerja dari *social media marketing*.
2. Perusahaan hendaknya meningkatkan *brand image* perusahaan dalam mempertahankan pelanggan karena dengan fokus pada target penjualan

saja tidak akan menjamin perusahaan akan terus berkembang dan bertahan lama.

3. Perusahaan disarankan untuk terus mengupdate dan mencari tahu lebih luas tentang strategi pemasaran terbaru yang sesuai dengan zamannya

