



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti, mengenai pengaruh promosi media sosial instagram, kualitas produk dan keputusan pembelian maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pelanggan setuju bahwa promosi media sosial instagram Gildak sudah baik.
2. Pelanggan setuju bahwa kualitas produk Gildak sudah baik.
3. Keputusan pembelian produk Gildak sudah puas.
4. Promosi media sosial instagram berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
5. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan dan seluruh pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka saran yang dapat diberikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
 - a. Dari penelitian ini terbukti bahwa promosi media sosial instagram berpengaruh terhadap keputusan pembelian, maka peneliti menyarankan untuk tetap mempertahankan promosi media sosial instagram yang dilakukan oleh Gildak dengan tetap konsisten memberikan konten yang menarik untuk pelanggan. Terlebih lagi dalam menerima kritik dan saran dari pelanggan melalui Instagram. Yang sesuai dengan hasil



penelitian terdapat pernyataan dari kuesioner mengenai menerima kritik dan saran dari pelanggan melalui Instagram dengan rata-rata terendah 3,91. Maka dari itu Gildak diharapkan lebih memberikan kesempatan untuk pelanggan memberikan kritik dan saran dari pelanggan melalui instagram.

- b. Dari penelitian ini terbukti bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, maka peneliti menyarankan untuk tetap memberikan kualitas produk yang terbaik kepada pelanggan Gildak. Terlebih lagi dalam ukuran produk (porsi) Gildak yang sesuai dengan hasil penelitian terdapat pernyataan ukuran produk Gildak sudah sesuai dengan rata-rata terendah 3,89. Maka dari itu Gildak diharapkan lebih memperhatikan porsi yang dijual kepada pelanggan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan memasukan variabel penelitian lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian seperti harga, kualitas layanan, serta faktor-faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis supaya penelitian selanjutnya dapat mencakup variabel yang lebih luas, sehingga lebih berguna dan bermanfaat.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.