



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis pada Bab IV, mengenai Pengaruh Pemasaran Media Sosial Instagram dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Pakaian Merek Jiniso, maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Pemasaran media sosial Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang berarti semakin gencar pemasaran media sosial Instagram maka keputusan pembelian konsumen meningkat.
2. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang berarti semakin harga terjangkau dan sesuai dengan kualitas maka keputusan pembelian konsumen meningkat.

#### B. Saran

1. Bagi Perusahaan
  - a. Dari penelitian ini terbukti bahwa variabel pemasaran media sosial Instagram berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Pemasaran media sosial Instagram Jiniso memang sudah bagus, tapi tidak ada salahnya untuk mempertahankan dan meningkatkannya. Peneliti menyarankan agar perusahaan dapat mempertahankan dengan terus berinovasi dan berkreasi dalam penggunaan media sosial sehingga dapat terus menarik konsumen. Perusahaan juga dapat menggunakan strategi pemasaran media sosial dengan

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



melakukan kampanye insentif kepada konsumen untuk berbagi konten tentang Jiniso, pemasaran video, mempertahankan dan menggunakan pemasaran influencer yang tepat, mengunggah ulasan konsumen di media sosial dan e-commerce, memanfaatkan pemasaran viral. Penulis juga menyarankan untuk memberikan keuntungan yang menarik bagi followers dan konsumen Jiniso, seperti memberikan penawaran diskon kepada followers Jiniso.

- a. Dari penelitian ini, terbukti bahwa persepsi harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Persepsi harga Jiniso sudah baik, dan harus terus dipertahankan. Penulis menyarankan perusahaan mengumpulkan dan meneliti informasi tentang harga yang pesaing kenakan pada produknya.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah diuraikan serta keterbatasan dalam penelitian ini, diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperbaiki keterbatasan yang ada pada penelitian ini dengan menggunakan pendekatan lain seperti menggunakan skala pengukuran dikotomi dan peneliti dapat melakukan penelitian dengan menggunakan variabel terikat yaitu kesiapan konsumen.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

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.