

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis mengenai penelitian yang dilakukan mengenai *Social Media Marketing* dan *Customer Relationship Management* terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Mie Gacoan, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan pada indikator dari *Social Media Marketing* (X1) yaitu *Content Creation*, *Content Sharing*, *Connection*, *Community Building* terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Konten yang menarik, kreatif, konsisten akan mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan Mie Gacoan.
2. Begitupun dengan indikator dari variabel *Customer Relationship Management* (X2) juga terdapat pengaruh positif dan signifikan dari indikator *People*, *Process*, *Technology* terhadap Keputusan Pembelian (Y). Semakin tinggi kualitas CRM baik dalam pelayanan dan bagaimana Mie Gacoan berkomunikasi dengan pelanggan maka dapat meningkatkan keputusan pembelian dari pelanggan Mie Gacoan.

B. Saran

Berdasarkan Kesimpulan yang telah dilakukan, terdapat beberapa hal yang disarankan oleh peneliti berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebagai berikut:

1. Bagi Mie Gacoan

Untuk pihak Mie Gacoan diharapkan dapat memperhatikan dan meningkatkan *Social Media Marketing* yang telah dimiliki, baik dalam konten yang dibuat apakah menarik pelanggan, konten yang memberikan informasi

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.



terbaru, berkomunikasi dengan pelanggan, agar pandangan pelanggan terhadap Mie Gacoan baik sehingga menarik pelanggan untuk membeli produk.

Untuk pihak Mie Gacoan dapat terus menganalisis apakah *Customer Relationship Management* yang dilakukan sudah memberikan komen positif dari para pelanggan dan mencapai kepuasan pelanggan dikarenakan sebagian pelanggan yang merasa *Customer Relationship Management* yang lebih baik daripada Mie Gacoan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk Peneliti Selanjutnya yang ingin melakukan penelitian serupa diharapkan dapat menambahkan dan mengembangkan variabel lain yang memungkinkan mempunyai pengaruh terhadap variabel independen seperti E-WOM, Citra Merek, persepsi harga, dan variabel lainnya yang bisa berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pelanggan Mie Gacoan di Jakarta. Penelitian juga dapat dilakukan di lokasi dan metode penelitian yang berbeda agar hasil yang didapat bervariasi sehingga dapat dijadikan sebagai perbandingan dengan nilai masing – masing.

Untuk Peneliti Selanjutnya yang ingin melakukan penelitian serupa diharapkan dapat menambahkan kriteria responden yaitu yang pernah menjadi pengikut atau *followers* di media sosial Mie Gacoan.

C 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.