



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis hasil data dan pengujian hipotesis mengenai pengaruh kualitas produk dan pemasaran konten terhadap keputusan pembelian konsumen di Jakarta, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen di Jakarta.
2. Pemasaran Konten berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen di Jakarta.

B. Saran

1. Saran Kualitas Produk bagi Erigo:

Erigo perlu meningkatkan sistem manajemen kualitas dengan melakukan evaluasi rutin terhadap bahan baku dan proses produksi. Investasi dalam riset dan pengembangan produk juga penting untuk memenuhi kebutuhan pasar Jakarta yang dinamis. Survei kepuasan pelanggan secara berkala dapat membantu mengidentifikasi area perbaikan. Dengan fokus pada peningkatan kualitas, Erigo dapat memperkuat posisinya di pasar dan meningkatkan kepercayaan konsumen, yang akan berdampak positif pada keputusan pembelian.

2. Saran Pemasaran Konten bagi Erigo:

Erigo sebaiknya mengembangkan strategi pemasaran konten yang lebih terpersonalisasi dan relevan dengan gaya hidup konsumen Jakarta. Peningkatan kualitas dan frekuensi konten di media sosial, disertai dengan analisis data

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.

untuk optimalisasi waktu dan jenis posting, akan meningkatkan efektivitas pemasaran. Kolaborasi dengan influencer lokal dan pelibatan audiens melalui kampanye interaktif dapat memperluas jangkauan dan meningkatkan engagement. Strategi ini akan membantu Erigo membangun hubungan yang lebih kuat dengan konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

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

