

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan PLS untuk menguji pengaruh variabel terhadap Keputusan Pembelian maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Social Media Marketing* berkontribusi terhadap Keputusan Pembelian produk kecantikan Somethinc di Surabaya. Artinya, semakin meningkatnya *Social Media Marketing* maka semakin meningkat pula keputusan akan pembelian produk kecantikan Somethinc di Surabaya.
2. *Brand Awareness* berkontribusi terhadap Keputusan Pembelian produk kecantikan Somethinc di Surabaya. Artinya semakin tinggi tingkat *Brand Awareness* produk Somethinc, maka semakin tinggi juga keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk kecantikan Somethinc di Surabaya

5.2. Saran

Dari hasil penelitian diatas, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan di waktu yang akan datang. Berikut beberapa saran yang dapat dipertimbangkan :

1. Perusahaan Somethinc diharapkan dapat meningkatkan kegiatan marketing melalui social media yang dikemas secara menarik, unik, trendy, dan informatif sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada produk Somethinc, karena *Social Media Marketing* memberikan kontribusi tinggi terhadap Keputusan Pembelian. Selain itu, melalui *social media marketing*

dapat dengan mudah menyebarkan informasi terkait produk kepada seluruh pengguna social media. Dengan demikian, semakin meningkat kegiatan social media marketing yang dilakukan oleh perusahaan maka akan meningkatkan pula angka penjualan.

2. Diharapkan perusahaan Somethinc memperhatikan pentingnya dalam memperkenalkan dan memudahkan para konsumen untuk mengingat produk dengan meningkatkan kepuasan pelanggan karena *Brand Awareness* memberikan kontribusi tinggi terhadap Keputusan Pembelian. Pengalaman baik pada penggunaan produk akan mampu meningkatkan *Brand Awareness* produk tersebut. Dengan terjadinya peningkatan pada *Brand Awareness* dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
3. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya, agar hasil ini dapat dikembangkan sebagai referensi tambahan untuk melakukan penelitian berikutnya dan diharapkan penelitian selanjutnya dapat menambahkan karakteristik lain seperti pendapatan per bulan dan juga melakukan pengambilan sampel lebih banyak serta menggunakan variabel lain yang dapat memengaruhi Keputusan pembelian seperti seperti persepsi harga, kualitas produk, *brand image*, dan lain sebagainya sehingga dapat menyempurnakan penelitian in