

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan analisis SmartPLS terkait pengaruh *Social Media Marketing* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian, dapat disimpulkan bahwa:

1. *Social Media Marketing* memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin menarik konten pada *social media marketing* yang diterima oleh konsumen, maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian konsumen.
2. Kualitas Produk memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk, maka keputusan pembelian konsumen juga akan semakin meningkat.

5.2 Saran

Sebagai implementasi dari hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat dimanfaatkan atau dipertimbangkan, di antaranya:

1. Diharapkan rumah makan Ayam Bakar Pak D mampu meningkatkan kualitas konten dan secara berkala memperbarui konten *social media marketing* agar konsumen tetap memiliki kecenderungan yang tinggi dalam melakukan proses keputusan pembelian.

2. Diharapkan rumah makan Ayam Bakar Pak D mampu meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk dengan memprioritaskan kualitas kesegaran produk untuk mendorong keputusan pembelian konsumen.
3. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain selain variabel yang digunakan dalam penelitian ini seperti variabel kualitas pelayanan.