

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Menurut hasil penelitian yang sudah dilangsungkan, didapat hasil dari pengujian mempergunakan analisis PLS terhadap Pengaruh *Social Media Marketing* (X1), *Country Of Origin* (X2) beserta *Product Features* (X3) Terhadap Minat Beli *Smartphone* Xiaomi Pada Generasi Z di Surabaya. Dari pengujian tersebut dapat ditarik kesimpulan antara lain:

1. *Social Media Marketing* memberi kontribusi pada minat beli *smartphone* Xiaomi pada Generasi Z di Surabaya. Perihal ini memperlihatkan bahwasanya makin meningkatkan *social media marketing* alhasil nantinya meningkatkan minat beli, demikian pula sebaliknya.
2. *Country Of Origin* memberikan kontribusi pada minat beli *smartphone* Xiaomi pada Generasi Z di Surabaya. Perihal ini memperlihatkan bahwasanya makin positif *country of origin* alhasil minat beli bertambah, demikian pula sebaliknya.
3. *Product Features* memberikan kontribusi terhadap minat beli *smartphone* Xiaomi pada Generasi Z di Surabaya. Perihal ini memperlihatkan bahwasanya makin baik *product features* alhasil nanti meningkatkan minat beli, demikian pula sebaliknya.

## 5.2 Saran

Menurut kesimpulan yang sudah disampaikan, terdapat beberapa saran yang mampu dipertimbangkan sebagai baha pertimbangan atau referensi dalam pengambilan keputusan, yaitu:

1. Perusahaan Xiaomi harapannya mampu mempertahankan serta meningkatkan kegiatan *social media marketing* melalui *context* (konteks) diantaranya dengan konsep yang menarik, trendi dan informatif, alhasil informasi yang disampaikan lebih mudah dipahami serta menarik perhatian konsumen. Perihal tersebut dapat memunculkan minat beli *smartphone* Xiaomi. Makin meningkatkan *social media marketing* alhasil minat beli makin bertambah pula.
2. Perusahaan Xiaomi diharap dapat mempertahankan dan meningkatkan *country of origin* melalui kualitas produk diantaranya yakni kamera jernih, baterai tahan lama dan sistem operasi yang bagus, serta harga yang kompetitif. Hal tersebut dapat meningkatkan *country of origin* alhasil nantinya menambah minat beli. Semakin meningkatkan *country of origin* alhasil nantinya meningkatkan minat beli.
3. Perusahaan Xiaomi diharap dapat mempertahankan dan meningkatkan *product features* melalui fitur memiliki keunggulan yakni menawarkan fitur-fitur yang lebih canggih, unik, atau lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing di pasar. Hal tersebut maka akan meningkatkan minat beli. Semakin meningkatkan *product features* Alhasil minat beli sama tiket buat ke arab.

4. Bagi peneliti berikutnya diharap untuk memasukan faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat beli yakni seperti, *green marketing*, *social media influencer authenticity* dan *brand image*. Hal tersebut digunakan untuk mengetahui faktor lain yang mampu memengaruhi minat beli.