

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis penelitian dan pembahasan yang telah disajikan sebelumnya mengenai “Pengaruh Media Sosial, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Pada Komunitas Suporter *Subfinest* di Surabaya”, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian sepatu Adidas pada komunitas suporter *subfinest* di Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan media sosial sangat mempengaruhi konsumen komunitas suporter Subfinest untuk melakukan pembelian.
2. Kualitas produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian sepatu Adidas pada komunitas suporter *subfinest* di Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan Kualitas Produk yang ada pada sepatu Adidas bukan salah satu variabel yang membuat komunitas suporter *Subfinest* melakukan pembelian sepatu Adidas.
3. Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian sepatu Adidas pada komunitas suporter *subfinest* di Surabaya. Pengaruh tersebut menunjukkan bahwa dengan harga yang terdapat pada sepatu Adidas juga akan mempengaruhi pelanggan terutama komunitas suporter *Subfinest* dalam melakukan pembelian.

4. Media Sosial, Kualitas Produk, dan Harga secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian sepatu Adidas pada komunitas suporter *Subfinest* di Surabaya. Dengan adanya informasi pada media sosial yang baik, kualitas produk yang tersedia, dan harga yang ditawarkan dapat menyebabkan seseorang melakukan keputusan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh maka terdapat beberapa saran sebagai berikut:

1. Saran Teoritis

Masih terdapat variabel lain yang terkait dengan keputusan pembelian. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa pendekatan terhadap konsumen tidak hanya dapat dilakukan melalui kualitas produk, tetapi juga melalui strategi komunikasi dan harga yang efektif.

2. Bagi Peneliti

Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain, seperti citra merek, kualitas layanan, gaya hidup, atau pengaruh komunitas, guna memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh tentang variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian juga sebaiknya dilakukan pada komunitas atau populasi yang lebih beragam secara geografis dan sosial untuk meningkatkan generalisasi hasil.

3. Bagi Perusahaan

Adidas disarankan untuk memperkuat pemasaran digital melalui media sosial dengan memanfaatkan konten visual, testimoni, dan interaksi komunitas. Perusahaan juga perlu meningkatkan kualitas produk, khususnya mengatasi keluhan terkait warna sepatu yang mudah pudar saat terkena air. Selain itu, strategi harga harus diperhatikan, karena responden menilai harga memengaruhi daya saing dibandingkan merek lain. Dalam komunitas suporter Subfinest, pendekatan sosial dan emosional melalui media terbukti lebih efektif dalam mendorong pembelian dibandingkan hanya mengandalkan kualitas produk.

4. Bagi Pihak Lain

Bagi akademisi, mahasiswa, atau peneliti yang ingin menggunakan penelitian ini sebagai referensi, disarankan untuk memperhatikan konteks objek penelitian, yaitu komunitas suporter *Subfinest* di Surabaya. Oleh karena itu, saat mengadaptasi temuan atau model penelitian, penting untuk menyesuaikannya dengan latar budaya, kebiasaan, dan karakter konsumen yang berbeda. Penelitian ini dapat menjadi dasar awal untuk studi lanjutan tentang perilaku konsumen dalam komunitas tertentu.