BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Berdasar atas hasil yang didapatkan dalam pembahasan penelitian bisa diambil simpulan bila Media Sosial Instagram dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening pada karyawan PT. Chang Shin Indonesia yaitu sebagai berikut:

1. Pemasaran media sosial instagram berada pada kriteria sangat baik.
2. Citra merek berada pada kriteria sangat baik.
3. Keputusan pembelian memiliki berada pada kriteria sangat baik.
4. Pemasaran media sosial instagram tidak terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian scarlett whitening.
5. Citra merek terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian scarlett whitening.
6. Pemasaran media sosial instagram dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian scarlett whitening.

1.2 Saran

Berdasar atas hasil penelitian serta kesimpulan yang telah dibahas, maka dibutuhkan adanya beberapa saran untuk meningkatkan berbagai aspek untuk penelitian ini dan penelitian selanjutnya, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Pemasaran Media Sosial Instagram sebagai penunjang utama dalam memasarkan produk Scarlett Whitening agar konsumen dapat mengetahui informasi terbaru mengenai produk diharapkan pihak Scarlett Whitening senantiasa mampu mengevaluasi dan tetap mempertahankan keaktifan di media sosial.
2. Citra Merek merupakan hal yang paling penting agar konsumen memberikan kepercayaan kepada produk Scarlett Whitening untuk melaksanakan pembelian maka dari itu diharapkan pihak Scarlett Whitening dapat mempertahankan kandungan produk dan menciptakan inovasi terbaru untuk produk Scarlett Whitening.
3. Keputusan pembelian merupakan kunci yang akan menentukan tercapainya tujuan dalam penjualan produk maka dari itu diharapkan pihak scarlett mampu memberikan layanan terbaik bagi konsumen di online maupun offline agar konsumen senantiasa melaksanakan pembelian berulang.
4. Citra merek mampu mempengaruhi keputusan pembelian secara signifikan sebab memiliki nilai lebih tinggi yaitu sebanyak 0,758 dibandingkan dengan media sosial instagram. Dengan hal ini Citra merek dapat dijadikan referensi penelitian selanjutnya.
5. Penelitian ini diharapkan mampu menambah dan memberikan ilmu pengetahuan untuk pembaca, serta dapat memberikan referensi tambahan bagi mahasiswa akademik dalam penelitian yang sejenis.
6. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan mampu menambah variabel- variabel lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian untuk memperluas ruang lingkup penelitian.