

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuji dan pembahasan yang telah diuraikan oleh peneliti pada Bab IV mengenai pengaruh social media marketing instagram dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk skincare pada klinik kecantikan Debeautic. Maka dalam penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut

1. Social media marketing Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk skincare pada klinik kecantikan Debeautic.
2. Kualitas produk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk skincare pada klinik kecantikan Debeautic.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah diuraikan, maka saran yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut.

1. Bagi Perusahaan
 - a. Dari hasil penelitian ini Social Media Marketing Instagram, di harapkan bagi Debeautic dapat mempertahankan dan meningkatkan aktivitasnya pada social media, sehingga mendorong peningkatan keputusan pembelian. Debeautic juga perlu menjaga kepercayaan konsumen dengan menyajikan konten menarik seperti promosi penjualan yang menimbulkan persepsi positif serta ketertarikan terhadap produk skincare

yang akan dijual melalui instagram sehingga membuat konsumen tertarik untuk melakukan pembelian.

- b. Dari hasil penelitian ini Kualitas Produk, maka Perusahaan harus meningkatkan kualitas produknya agar konsumen selalu merasa puas setelah menggunakan produk dan merekomendasikan produk skincare Debeautic pada orang lain.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dan hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam melakukan penelitian dan dengan objek yang berbeda serta dengan pernyataan yang berbeda. Diharapkan juga dapat menggunakan lebih banyak lagi aspek yang mempengaruhi keputusan pembelian selain dari social media marketing dan kualitas produk. Misalnya seperti brand awareness, brand image dan lain sebagainya.