

BAB V

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan berlandaskan teori yang berkaitan dengan *online trust* dalam memediasi pengaruh *social media marketing* terhadap *online purchase decision* pada Instagram @bloodsclothofficial, maka dapat ditarik kesimpulan penelitian sebagai berikut :

1. Gambaran umum pada konsumen Distro Bloods mengenai penggunaan *social media marketing* pada *instagram @bloodsclothofficial* berada pada kategori baik, *online trust* berada pada kategori cukup, dan *online purchase decision* berada pada kategori cukup. Hal tersebut dikarenakan *online trust* konsumen pada *instagram* Distro Bloods masih rendah dan konsumen belum sepenuhnya percaya terhadap *social media instagram* yang dijadikan sebagai media penjualan sehingga berdampak pada rendahnya *online purchase decision* pada Distro Bloods melalui *instagram @bloodsclothofficial*.
2. Terdapat pengaruh *social media marketing* terhadap *online trust*, artinya semakin tinggi kualitas *social media marketing* maka akan meningkatkan *online trust* pada *instagram* Distro Bloods @ bloodsclothofficial.
3. Terdapat pengaruh *social media marketing* terhadap *online purchase decision*, artinya *social media marketing* memberikan fasilitas kepada masyarakat untuk memberikan ulasan secara *online* yang dapat mempengaruhi pemikiran masyarakat ketika membuat keputusan pembelian suatu produk.
4. Terdapat pengaruh *online trust* terhadap *online purchase decision*, artinya semakin tinggi kepercayaan konsumen, maka keputusan pembelian terhadap suatu produk akan meningkat.
5. Terdapat pengaruh *social media marketing* melalui *online trust* sebagai variabel mediasi terhadap *online purchase decision*, artinya *social media marketing* memiliki pengaruh tidak langsung terhadap *online purchase decision* melalui *online trust*.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan berlandaskan teori yang berkaitan dengan *online trust* dalam memediasi pengaruh *social media marketing* terhadap *online purchase decision* pada *Instagram @bloodsclothofficial*, maka penulis memberikan rekomendasi sebagai berikut :

1. Melalui deskripsi kondisi *Social Media Marketing* diketahui bahwa presentase skor paling rendah yaitu dimensi *Community Building*. Oleh karena itu, upaya yang perlu dilakukan oleh suatu perusahaan terutama pada industri fesyen khususnya Distro Bloods ini mengenai kemampuan perusahaan dalam membangun suatu komunitas *online* melalui penggunaan *Hashtag* tertentu sebagai cara agar terjadi komunikasi dan interaksi baik antara perusahaan dengan konsumen maupun antar konsumen lain. Adanya *community building* dengan penggunaan *Hashtag* tertentu dapat memudahkan konsumen dalam mendapatkan suatu informasi. Suatu perusahaan juga perlu menciptakan interaksi dengan cepat tanggap ketika konsumen tersebut mencari informasi mengenai suatu produk yang ditawarkan. Selain itu, perusahaan yang melakukan penjualan di *social media instagram* dapat terus melakukan promosi sehingga dapat menciptakan *brand* maupun *product awareness* dari masyarakat secara luas yang diharapkan dapat meningkatkan jumlah *followers* atau pengikut suatu *instagram* tersebut. Sehingga diharapkan juga akan berdampak pada *online purchase decision*.
2. Melalui deskripsi kondisi *Online Trust* diketahui bahwa presentase skor paling rendah yaitu dimensi *Integrity*. Oleh karena itu, upaya yang perlu dilakukan oleh suatu perusahaan terutama pada industri fesyen khususnya Distro Bloods ini mengenai kepercayaan dan kejujuran penjual dalam memberikan informasi kepada konsumen di *social media instagram* Distro Bloods. Mengingat kepercayaan pelanggan akan terbentuk apabila informasi yang diterimanya memiliki kualitas yang baik dan jujur kepada konsumen membuat konsumen tersebut percaya untuk melakukan pembelian di media *online* tersebut. Terlebih suatu informasi yang diberikan kepada konsumen berdasarkan fakta dan kualitas

produk yang ditawarkan sesuai dengan apa yang dijanjikan perusahaan akan menimbulkan *online trust*.

3. Melalui deskripsi kondisi *Online Purchase Decision* diketahui bahwa presentase skor paling rendah yaitu dimensi *Habits in Buying Products*. Oleh karena itu, upaya yang perlu dilakukan oleh suatu perusahaan terutama pada industri fesyen khususnya Distro Bloods ini agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga terjadi pembelian berulang yaitu memberikan pelayanan terbaik dengan cepat tanggap dalam merespon pertanyaan konsumen di *social media*, memberikan *voucher* diskon bagi konsumen tertentu yang membeli produk Distro Bloods secara *online* lebih dari tiga kali, membuat program “*Give Away*” ditanggal tertentu, dan meningkatkan kualitas produk Distro Bloods.