

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Gambaran mengenai *social media marketing* Instagram pada MUA Amei Makeup masuk kedalam kategori baik karena memiliki rata-rata nilai 80,09% dengan skor tertinggi pada indikator *connecting* dan skor terendah pada indikator *content sharing*. Adapun gambaran mengenai keputusan pembelian pada MUA Amei Makeup masuk kategori baik karena memiliki nilai rata-rata 77,91% dengan skor tertinggi pada indikator *evaluation of purchase information* dan skor terendah pada indikator *pre-purchase information search*.
2. Variabel *social media marketing* Instagram memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian di MUA Amei Makeup. Artinya, apabila *social media marketing* Instagram meningkat, maka keputusan pembelian juga akan meningkat. Sebaliknya, jika *social media marketing* Instagram menurun, maka keputusan pembelian juga akan menurun. Dalam hal ini, perlu ditingkatkan kualitas *social media marketing*, terutama pada indikator *content sharing* yang dinilai masih relatif rendah.
3. Variabel *social media marketing* Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 31,3%. Artinya, semakin baik *social media marketing* Instagram, semakin besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Sementara sisanya sebesar 68,7% dipengaruhi oleh variabel lain seperti bauran pemasaran, pengaruh sosial budaya, dan komunikasi yang terdiri dari iklan, agen buzz dan *word-of-mouth* yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Implikasi

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh implikasi bahwa masih adanya indikator *social media marketing* Instagram yang cukup rendah sehingga berimplikasi pada rendahnya keputusan

pembelian pada MUA Amei Makeup. Jika *social media marketing* tidak diperbaiki dan ditingkatkan, maka keputusan pembelian pada MUA Amei Makeup akan rendah dan berimbas pada rendahnya penjualan MUA Amei Makeup. Apabila keputusan pembelian pada MUA Amei Makeup semakin rendah, besar kemungkinan MUA Amei Makeup akan mengalami gulung tikar karena tidak mendapatkan pendapatan. Terdapat indikator keputusan pembelian yang perlu ditingkatkan dengan cara menggunakan *channel social media marketing* yang lain atau membagikan konten ke *channel digital marketing* lain yang sedang ramai digunakan saat ini seperti TikTok. Hal ini dilakukan supaya MUA Amei Makeup dapat lebih menjangkau target *audience*.

5.3 Rekomendasi

Adapun saran yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut:

1. MUA Amei Makeup dapat mempertahankan indikator *connecting* yang memperoleh skor tertinggi dengan cara rajin membalas DM yang masuk, membalas *mention*, dan membalas komentar pada postingan agar interaksi dan hubungan dengan konsumen tetap terjaga dengan baik. Selain itu, MUA Amei Makeup dapat memberikan *value* lebih kepada konsumen dengan cara memberikan informasi atau saran seputar makeup melalui postingan di Instagram atau story WhatsApp bagi konsumen yang telah terhubung sebelumnya.
2. Untuk meningkatkan indikator *content sharing* yang memperoleh skor terendah, MUA Amei Makeup dapat membagikan konten yang telah di post di Instagram ke platform lain atau social media lain seperti Facebook dan TikTok. Selain itu, MUA Amei Makeup diharapkan lebih meningkatkan penggunaan *social media* lain yang sedang ramai digunakan saat ini seperti TikTok untuk meningkatkan *awareness* masyarakat sehingga dapat lebih mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
3. Bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan menggunakan variabel bebas yang berbeda, sehingga dapat lebih banyak mengidentifikasi variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian.