

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang diperoleh, maka dapat diambil beberapa kesimpulan berikut ini:

1. Media Sosial berpengaruh positif dan tidak signifikan Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Rose Jewelry yang berarti jika Media Sosial rajin mempromosikan dan rajin membuat konten di instagram tiktok dan *whatshap* maka dapat meningkatkan Keputusan pembelian terhadap konsumen.
2. *Elektronik Word Of Mouth* (EWOM) berpengaruh positif dan tidak signifikan Terhadap Keputusan Pada Toko Toko Rose Jewelry yang berarti jika pelanggan merasa puas dan senang terhadap Toko Rose Jewelry mereka dapat merekomendasikan Toko Rose Jewelry ke kerebat maupun teman teman dan sodara sodaranya.
3. Media Sosial dan *elektronik word of mouth* secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Rose Jewelry diharapkan untuk lebih memperhatikan hal-hal yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian agar visi dan misi perusahaan dapat tercapai dengan optimal melalui media sosial.
2. Pihak Rose Jewelry disarankan untuk lebih gemar dalam mempromosikan produknya dikarenakan banyak konsumen yang menggunakan sosial media dalam hal mencari tau tentang produk yang akan dibeli kemudian akan membuat konsumen merasa nyaman ketika berbelanja di Rose Jewelry.
3. Pihak Rose Jewelry disarankan untuk memberikan sambutan yang ramah dan sopan kepada setiap pelanggan dan pastikan staf memiliki pengetahuan yang luas tentang produk dan dapat menjawab pertanyaan pelanggan dengan baik.