

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan mengenai pengaruh harga dan promosi melalui media social terhadap keputusan pembelian pada Toko Amie Boutique di Kota Metro Lampung, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Harga akan menjadi factor perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian, penetapan harga yang sesuai dapat meningkatkan penjualan diperusahaan. Sehingga harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Amie Boutique di Kota Metro Lampung.
2. Penggunaan media sosial yang tepat dan efektif dapat meningkatkan citra perusahaan terhadap keputusan pembelian. Sehingga promosi melalui media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Amie Boutique di Kota Metro Lampung
3. Harga dapat dikatakan komponen yang sangat penting dari pemasaran sebuah perusahaan, karena apabila penetapan harga sesuai dengan kualitas barang akan meningkatkan volume penjualan. Sehingga harga dan promosi melalui media sosial secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Amie Boutique di Kota Metro Lampung

Berdasarkan angka *coefisiensi* dan nilai t_{hitung} maka dapat diketahui bahwa faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah promosi melalui media sosial.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dari kesimpulan diatas, maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

a. Harga

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Amie Boutique di Kota Metro Lampung. Sebaiknya pihak Toko Amie Boutique menerapkan harga yang terjangkau seperti harga Baju Rp 250.000 di bulan Agustus untuk dibulan berikutnya owner dapat memberikan diskon bagi para konsumen dengan tujuan akan menarik hati konsumen untuk melakukan pembelian.

b. Promosi melalui media social

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi melalui media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Amie Boutique di Kota Metro Lampung. Sebaiknya pihak Toko Amie Boutique lebih meningkatkan strategi promosinya karena promosi melalui media sosial merupakan variabel yang sangat dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Promosi dilakukan untuk memperkenalkan suatu produk kepada konsumen seperti : whatsapp, facebook, instagram dan sosial media lainnya sehingga diharapkan konsumen akan tertarik untuk membeli produk tersebut.

c. Keputusan pembelian

Untuk meningkatkan keputusan pembelian, sebaiknya pihak Toko Amie Boutique menerapkan harga yang terjangkau untuk semua kalangan dengan tujuan akan menarik hati konsumen untuk melakukan pembelian dan lebih meningkatkan strategi promosi

melalui media sosial seperti : whatsapp, facebook, instagram dan sosial media lainnya supaya konsumen lebih mengetahui dan mengenal produk sehingga diharapkan konsumen akan tertarik untuk membeli produk tersebut.