

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil olahan data yang telah dilakukan dengan menggunakan Aplikasi SPSS 25 telah menghasilkan data sesuai dengan bahasan yang telah dijelaskan di Bab 4. Setelah melalui beberapa jenis pengujian yang meliputi Uji Kualitas Data yang meliputi Uji Validitas dan Uji Reliabilitas, Lalu Uji Asumsi Klasik yang meliputi Uji Normalitas, Uji Multikolonieritas, dan Uji Heteroskedasitas dan Uji Hipotesis yang meliputi Uji Regresi Linier Berganda, Uji Determinan Koefisien/R², Uji F (Simultan), dan Uji T (Parsial) maka kesimpulan dari penelitian ini adalah, sebagai berikut:

1. Bahwa Variabel Promosi Media Sosial Tiktok atau X1 berpengaruh Signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Thrifting pada Akun Tiktok Buymee Clothes. Dengan kesimpulan bahwa Konsumen Buymee Clothes tertarik dengan metode promosi melalui Media Sosial Tiktok. Yang membuat Hipotesis Pertama Diterima yaitu ***“Terdapat Pengaruh Yang Signifikan Antara Variabel Promosi Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian”***
2. Variabel Harga atau X2 memiliki pengaruh dan signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Thrifting pada Akun Tiktok Buymee Clothes. Dengan arti Konsumen Buymee Clothes menyetujui dan menyukai harga yang ditawarkan oleh Buymee Clothes mengenai Produk Pakaian Thriftingnya. Yang membuat Hipotesis Kedua Diterima yaitu : ***“Terdapat Pengaruh Yang Signifikan Antara Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian”***
3. Berdasarkan hasil keseluruhan dan olahan data pada variabel X yaitu Promosi Media Sosial Tiktok (X1) dan Harga (X2) memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Thrifting pada Akun Tiktok Buymee Clothes. Yang berarti konsumen telah menyukai, tertarik dan menyetujui bahwa promosi media sosial

tiktok dan harga sangat menjadi pertimbangan konsumen Buymee Clothes sebelum melakukan Keputusan Pembelian. Yang membuat Hipotesis Ketiga Diterima yaitu: ***“Terdapat Pengaruh Yang Signifikan Antara Variabel Promosi Media Sosial Tiktok Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian”***

5.2 Implikasi Manajerial

Menurut hasil penelitian yang telah didapatkan, dapat diartikan sebagai tahapan atau acuan untuk memulai sesuatu yang terbaru dari usaha thrifting Buymee Clothes. Dengan hasil yang didapatkan bahwa pengaruh Promosi Media Sosial Tiktok dan Harga memiliki hasil yang positif dan signifikan akan menjadikan suatu hal yang penting bagi pemilik usaha thrifting Buymee Clothes. Supaya bisa memudahkan pemilik usaha thrifting Buymee Clothes untuk mengetahui apa yang dibutuhkan konsumen, dan apa yang akan diinginkan konsumen. Dan berdasarkan hasil yang didapatkan pada penelitian ini, diketahui bahwa ada beberapa hal yang perlu diketahui bagi beberapa pihak yang terlibat didalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Buymee Clothes

Menurut hasil yang didapatkan pada penelitian ini, menghasilkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk pakaian thrifting pada Akun Tiktok Buymee Clothes. Yang akan menjadi nilai tambahan bagi Buymee Clothes dalam memperhatikan apa yang dibutuhkan konsumen, produk seperti apa yang diminati konsumen, ketentuan harga seperti apa yang disukai konsumen, menghasilkan harga yang terjangkau namun dengan kualitas yang sama yang tidak mengecewakan konsumen. Dan selalu mengecek atau mengoreksi hal hal yang akan membuat konsumen untuk tetap membeli produk pakaian thrifting dari Buymee Clothes. Karena, kesenangan dari konsumen juga merupakan keutamaan dari Buymee Clothes dalam memperhatikan konsumen.

2. Bagi pihak konsumen Buymee Clothes

Karena sebelum membeli sebuah produk tertentu konsumen akan selalu mencari tau informasi, mengenai hal hal yang berkaitan dengan produk yang ingin dibelinya. Dan akan membandingkan antara 1 toko dengan toko yang lain. Hal ini dilakukan konsumen supaya mendapatkan produk yang sesuai dan memiliki kualitas yang baik. Jika pemilik usaha dapat mempromosikan produk yang diperjual belikan sesuai dengan kriteria konsumen yang dituju dan sampai ke konsumen dengan hasil konten atau video-video yang menarik maka akan menambah nilai keinginan konsumen untuk memiliki produk tersebut akan bertambah. Atau bahkan akan melakukan pembelian seterusnya (*repurchase*) walaupun produk yang berbeda. Karena konsumen telah mengetahui kualitas yang dihasilkan juga bagus dan baik. Harga juga menjadi hal utama yang akan dipertimbangkan dan diperhatikan oleh konsumen sebelum melakukan pembelian. Dengan harga yang murah atau terjangkau dengan kualitas produk yang baik maka itu juga akan menjadi nilai tambah untuk konsumen.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Ketika akan melakukan penelitian dimasa yang akan datang mengenai variabel keputusan pembelian, dapat menambahkan pembaruan variabel seperti variabel kualitas pelayanan, ataupun kualitas produk.

4. Bagi Akademis

Semoga hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai referensi mahasiswa dalam melakukan penelitian yang sama maupun sejenis supaya menghasilkan penelitian yang lebih baik kedepannya.