

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berikut ini simpulan yang peneliti peroleh berdasarkan hasil penelitian dan analisis pembahasan variabel-variabel berikut: Media Sosial sebagai variabel X1, Kualitas Produk variabel sebagai X2, Minat Pembelian sebagai variabel Y1, dan Keputusan Pembelian sebagai variabel Y2.

1. Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli. Hal ini menunjukkan bahwa semakin aktif penggunaan media sosial dalam mempromosikan sepatu Aerostreet, semakin tinggi pula minat beli mahasiswa Universitas Bhayangkara. Media sosial memberikan kemudahan akses bagi mahasiswa untuk memperoleh informasi mengenai produk, melihat ulasan dari pengguna lain, serta mengikuti berbagai promosi atau diskon yang ditawarkan, sehingga semakin menarik minat mereka untuk membeli.
2. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Hal ini menunjukkan semakin baik kualitas sepatu Aerostreet, semakin tinggi pula minat beli mahasiswa Universitas Bhayangkara. Aspek kualitas yang meliputi desain yang menarik, kenyamanan, daya tahan, serta harga yang terjangkau menjadi faktor utama yang mendorong mahasiswa dalam mempertimbangkan pembelian sepatu Aerostreet.

3. Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan melalui media sosial dapat mendorong mahasiswa Universitas Bhayangkara untuk mengambil keputusan pembelian. Konten seperti testimoni pengguna, ulasan produk, serta interaksi langsung dengan pelanggan melalui media sosial memberikan keyakinan lebih bagi mahasiswa dalam memilih dan membeli sepatu Aerostreet.
4. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kualitas sepatu Aerostreet, semakin besar kemungkinan mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk melakukan pembelian. Produk dengan bahan yang nyaman, desain trendi, serta harga yang kompetitif meningkatkan kepercayaan mahasiswa terhadap merek Aerostreet dan mendorong mereka untuk melakukan transaksi.
5. Minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi minat beli mahasiswa Universitas Bhayangkara terhadap sepatu Aerostreet, semakin besar kemungkinan mereka untuk melakukan pembelian. Faktor-faktor seperti kualitas produk, promosi yang menarik, serta pengalaman positif dari pelanggan sebelumnya dapat meningkatkan minat beli, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan keputusan pembelian sepatu Aerostreet di kalangan mahasiswa Universitas Bhayangkara.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman langsung peneliti selama proses penelitian, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan guna menyempurnakan dan meningkatkan kualitas penelitian di masa mendatang. Setiap penelitian tentu memiliki kekurangan yang dapat menjadi bahan evaluasi untuk penelitian selanjutnya. Adapun beberapa keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Jumlah partisipan yang diteliti hanya sebanyak 120 orang, sehingga belum sepenuhnya mampu mewakili kondisi yang sebenarnya.
2. Dalam proses pengumpulan data, jawaban responden terhadap kuesioner terkadang tidak mencerminkan pendapat mereka yang sesungguhnya. Hal ini dapat disebabkan oleh perbedaan perspektif, asumsi, serta pemahaman responden, selain faktor lain seperti tingkat kejujuran dalam mengisi kuesioner.
3. Penelitian ini hanya difokuskan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, meskipun terdapat fakultas lain yang juga berkaitan dengan pemasaran dan bisnis. Fakultas seperti Ilmu Komunikasi, Teknik, atau bahkan penelitian yang melibatkan universitas lain dapat menjadi pertimbangan untuk cakupan penelitian yang lebih luas di masa mendatang.

5.3 Saran

Peneliti mengajukan beberapa rekomendasi berdasarkan hasil penelitian, antara lain:

1. Bagi Peneliti

- a. Untuk meningkatkan keakuratan data dalam penelitian, sebaiknya jumlah sampel yang digunakan lebih banyak untuk penelitian selanjutnya.
- b. Diharapkan variabel - variabel lain dapat ditambahkan karena dapat memengaruhi berbagai bidang penelitian ini.

2. Bagi Produk Sepatu Aerostreet

- a. Media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli dan keputusan pembelian. Aerostreet harus mengoptimalkan strategi pemasaran digitalnya dengan lebih aktif memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook. Strategi yang dapat diterapkan termasuk penggunaan iklan tertarget untuk menjangkau segmentasi pasar yang lebih spesifik, bekerja sama dengan influencer untuk meningkatkan kredibilitas dan daya tarik merek, dan pembuatan konten kreatif. Dengan metode ini, Aerostreet diharapkan dapat meningkatkan kesadaran merek, menjalin hubungan yang lebih erat dengan pelanggan, dan meningkatkan minat beli, yang pada akhirnya akan mendorong keputusan pembelian yang lebih baik.
- b. Kualitas produk terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli dan keputusan pembelian, sehingga Untuk meningkatkan daya saing mereka di industri sepatu, Aerostreet harus terus mengembangkan produk dengan standar kualitas yang lebih baik. Untuk memenuhi ekspektasi pelanggan, beberapa elemen penting yang harus

diperhatikan adalah pemilihan bahan yang lebih berkualitas, desain yang disesuaikan dengan tren pasar, dan peningkatan kenyamanan dan daya tahan produk. Dengan mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk yang unggul, pelanggan akan lebih percaya dan terdorong untuk membeli produk tersebut, yang pada akhirnya akan meningkatkan kesetiaan Aerostreet.

- c. Minat beli terbukti sebagai variabel intervening yang berperan dalam meningkatkan keputusan pembelian, sehingga Untuk meningkatkan minat beli pelanggan, Aerostreet harus menerapkan berbagai strategi pemasaran yang efektif. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan menawarkan berbagai promosi yang menarik, memberikan produk edisi terbatas sebagai tanda eksklusivitas, dan memberikan ulasan positif dari pelanggan sebagai bukti sosial yang dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk. Dengan peningkatan minat beli, konsumen akan semakin terdorong untuk membeli produk, yang pada gilirannya akan menghasilkan peningkatan volume penjualan Aerostreet dan meningkatnya pendapatan pelanggan.
- d. Meningkatnya keputusan pembelian menunjukkan bahwa semakin banyak pelanggan yang mempercayai dan memilih Aerostreet sebagai merek pilihan. Oleh karena itu, perusahaan harus terus meningkatkan pengalaman pelanggan untuk mempertahankan dan memperluas pangsa pasar. Untuk mencapai tujuan ini, layanan pelanggan yang responsif, mempermudah transaksi online dan offline, kebijakan retur yang

fleksibel untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan, dan program loyalitas yang dapat memperkuat hubungan pelanggan dengan merek dapat membantu mencapainya. Aerostreet dapat mempertahankan pelanggan yang sudah ada, meningkatkan tingkat pembelian ulang, dan memperkuat posisinya di industri sepatu lokal dan nasional dengan memberikan pengalaman pelanggan yang positif dan berkelanjutan.

