

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan temuan dan analisis dari penelitian serta pemahaman teori yang mendukung yang telah diuraikan dalam bab sebelumnya tentang dampak Media Sosial Instagram, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu *Converse* di Jakarta Selatan, kesimpulannya adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian dan uji menunjukkan bahwa Media Sosial *Instagram* (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) *Converse* di wilayah Jakarta Selatan.
2. Berdasarkan dari hasil penelitian dan hasil uji menunjukkan bahwa variabel independen Citra Merek (X2) memberikan pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian (Y) *Converse* di Jakarta Selatan.
3. Hasil penelitian dan uji menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X3) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) *Converse* di wilayah Jakarta Selatan.

#### B. Saran

Berdasarkan penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti berupaya memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat dan menjadi sumbangan bagi *Converse* serta peneliti masa depan, diantaranya sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel independen yaitu Media Sosial *Instagram* Untuk meningkatkan kehadiran dan keterlibatan komunitas online *Converse* di platform *Instagram*, perusahaan dapat mempertimbangkan untuk mengadakan kampanye konten yang kreatif dan terarah, termasuk kolaborasi dengan influencer yang relevan dengan

audiens target mereka, serta aktif berpartisipasi dalam percakapan yang berlangsung di komunitas yang sudah ada dengan cara seperti menanggapi komentar pengguna atau mengadakan sesi tanya jawab dengan penggemar. Selain itu, mereka juga bisa memanfaatkan fitur-fitur baru Instagram seperti *IGTV* dan *Reels* untuk membagikan konten yang menarik dan menampilkan produk *Converse* secara kreatif. Dengan demikian *Converse* dapat membangun hubungan yang kuat dengan komunitas online, mengurangi dampak negatif, dan meningkatkan keputusan pembelian yang menguntungkan bagi merek.

2. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel independen yaitu Citra Merek Untuk mengatasi masalah keunggulan asosiasi merek dengan budaya pop dan artis yang memengaruhi keputusan pembelian, *Converse* dapat memperkuat kemitraan dengan tokoh-tokoh budaya pop yang relevan serta memperluas jejaknya dalam industri musik, seni, dan mode. Selain itu, mengintensifkan kampanye pemasaran yang menekankan pada nilai-nilai otentisitas, kreativitas, dan inklusivitas yang menjadi ciri khas merek dapat membantu memperkuat ikatan emosional dengan konsumen yang berpikir kritis dan mempertahankan posisinya di tengah tren dan perubahan budaya yang terus berlangsung. Dengan demikian *Converse* harus lebih fokus pada inovasi dan perbaikan berkelanjutan untuk meningkatkan Citra Merek positif sehingga dapat meningkatkan Keputusan Pembelian.
3. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel independen yaitu Kualitas Produk Untuk mengatasi masalah bentuk produk yang dipengaruhi oleh pengalaman pengguna dalam keputusan pembelian, *Converse* dapat melakukan beberapa langkah. Pertama, melakukan survei dan analisis mendalam terhadap preferensi dan pengalaman pengguna untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang apa yang mereka sukai atau tidak sukai dari desain produk saat ini. Selanjutnya, menggunakan data tersebut untuk mengembangkan variasi produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Selain itu, meningkatkan komunikasi dengan pelanggan untuk mengedukasi mereka tentang fitur-fitur produk yang baru dan memastikan bahwa desain yang baru

memenuhi ekspektasi mereka. Selanjutnya, mengadopsi pendekatan berkelanjutan dengan melibatkan pelanggan dalam proses perancangan produk, sehingga meningkatkan rasa kepemilikan dan kepuasan pengguna. Dengan demikian *Converse* dapat meningkatkan kualitas produk dan memperkuat hubungan dengan pelanggan untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis yang positif.

