

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Fenomena penggunaan tongkat duduk di kalangan lansia menunjukkan kebutuhan akan alat bantu mobilitas. Usia lanjut sering disertai penurunan kesehatan fisik dan mental, mempengaruhi aktivitas sehari-hari. Ta-Da Chair, produk unggulan dari PT. Rikowan Makmur Sejahtera, dirancang untuk memenuhi tantangan ini. Dengan kombinasi estetika modern dan teknologi, produk ini menarik perhatian konsumen. Komunikasi persuasif dan citra merek berperan penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian di Event Mall PIK Avenue.

Penelitian ini dengan judul “Pengaruh Komunikasi Persuasif Sales dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Ta-Da Chair” bertujuan untuk mengukur dampak dari kegiatan komunikasi persuasif sales dan citra merek tersebut terhadap keputusan pembelian produk Ta-Da Chair di kalangan pembeli produk di Event Mall PIK Avenue pada 20 Januari 2025 hingga 02 Februari 2025. Hal ini menyoroti pentingnya pendekatan komunikasi persuasif yang inovatif dan terintegrasi untuk memengaruhi keputusan pembelian.

Dalam era digital, komunikasi persuasif dan citra merek dari PT. Rikowan Makmur Sejahtera sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengumpulkan dan menganalisis data secara sistematis. Metode survei eksplanatif digunakan untuk menjelaskan hubungan antar variabel. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian.

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dari 104 responden menggunakan kuisisioner Google Forms kepada kalangan pembeli produk Ta-Da Chair di Event Mall PIK Avenue. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh Komunikasi Persuasif Sales dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Ta-Da Chair. Mayoritas responden adalah perempuan berusia antara 40 hingga 60 tahun. Sebagian besar dari mereka menunjukkan persetujuan terhadap pernyataan-pernyataan yang diajukan, baik untuk variabel X1 dan X2 maupun variabel Y. Hasilnya menunjukkan nilai rata-rata tanggapan yang cukup tinggi.

Analisis menunjukkan bahwa indikator "Kemampuan menjelaskan produk dengan jelas" dalam Komunikasi Persuasif Sales dan indikator "Hubungan merek dengan isu sosial atau tanggung jawab sosial" dalam Citra Merek memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, indikator "Harga yang terjangkau dan nilai yang didapat" dalam Keputusan Pembelian Produk Ta-Da Chair juga menunjukkan pengaruh tinggi dalam meningkatkan keputusan pembelian di kalangan pembeli. Temuan ini menegaskan pentingnya keberadaan sales dan kedekatan dengan citra merek dalam mendorong keputusan pembelian. Pendekatan komunikasi persuasif yang diterapkan oleh sales dan citra merek Ta-Da Chair terbukti efektif. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan yang tepat dapat meningkatkan keputusan pembelian di kalangan pembeli.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan sales dan kedekatan dengan merek Ta-Da Chair mempengaruhi keputusan pembelian. Temuan ini sejalan dengan Teori Elaboration Likelihood Model (ELM), yang menjelaskan dua jalur pemrosesan informasi. Keberadaan sales yang terampil mempengaruhi pemrosesan informasi melalui jalur sentral, yang digunakan saat konsumen terlibat mendalam dengan informasi. Sementara itu, citra merek beroperasi melalui jalur perifer, di mana pembeli lebih dipengaruhi oleh faktor eksternal. Komunikasi persuasif yang dilakukan oleh sales dan citra merek yang kuat menciptakan lingkungan yang mendukung kalangan pembeli dalam mengambil keputusan pembelian produk Ta-Da Chair, yang dapat dijelaskan melalui Teori Elaboration Likelihood Model (ELM) sebagai hasil dari proses pemrosesan informasi yang efektif

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan pemahaman mendalam tentang pengaruh komunikasi persuasif dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan pentingnya pendekatan komunikasi yang efektif, terutama bagi lansia yang membutuhkan alat bantu mobilitas. Terdapat interaksi timbal balik antara Komunikasi Persuasif yang dilakukan oleh Sales dan Citra Merek yang dibangun oleh PT. Rikowan Makmur Sejahtera. Interaksi ini berdampak signifikan terhadap keputusan pembelian Ta-Da Chair. Temuan ini dapat menjadi acuan bagi pengembangan strategi pemasaran yang lebih baik di masa depan.

5.2 Saran

Adapun saran-saran yang dikemukakan dalam penelitian ini antara lain yaitu:

1. Peneliti menyarankan untuk mengambil populasi yang lebih luas agar tidak terbatas hanya di kalangan pembeli di event mall pik avenue yang hanya ada beberapa segelintir orang. membeli produk Ta-Da Chair.
2. Bagi penelitian selanjutnya, hasil dari penelitian ini variabel X1 (Pengaruh Komunikasi Persuasif Sales) dan variabel X2 (Citra Merek) hanya mempengaruhi variabel Y (Keputusan Pembelian) sebesar 50,8%, maka dari itu peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya menggunakan faktor pengaruh lainnya yang sekiranya berhubungan dengan variabel Y (Keputusan Pembelian).

