

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis SEM dan pengujian hipotesis mengenai pengaruh *Social Media Marketing* dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepuasan Pelanggan pada member Velcro Gym, dapat disimpulkan bahwa:

1. *Social Media Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (H1). Temuan ini menegaskan bahwa kualitas konten, tingkat interaksi dengan audiens, dan konsistensi aktivitas media sosial Velcro Gym menjadi faktor kunci yang memicu minat konsumen serta memengaruhi keputusan mereka dalam memilih *gym*.
2. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (H2). Temuan ini menekankan bahwa aspek-aspek layanan seperti keandalan, responsivitas, keamanan, empati, dan kondisi fasilitas fisik memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap Velcro Gym sekaligus mendorong mereka mengambil keputusan untuk membeli *membership*.
3. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (H3). Konsumen yang puas terhadap fasilitas, pelayanan, dan kenyamanan cenderung memperpanjang keanggotaan serta merekomendasikan Velcro Gym, sehingga kepuasan menjadi pendorong utama terjadinya pembelian ulang.

4. *Social Media Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (H4). Konten dan interaksi di media sosial yang menarik serta relevan berhasil membangun persepsi positif konsumen terhadap Velcro Gym, sehingga meningkatkan tingkat kepuasan mereka terhadap layanan yang diterima.
5. *Social Media Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (H5). Konsumen merasa puas ketika layanan diberikan secara konsisten, staf bersikap ramah, dan fasilitas berada dalam kondisi yang layak. Peningkatan kualitas layanan terbukti memberikan dampak langsung terhadap peningkatan kepuasan pengguna.
6. Kepuasan Pelanggan terbukti menjadi variabel *intervening* dalam hubungan antara *Social Media Marketing* dan Keputusan Pembelian (H6). Temuan ini mengindikasikan bahwa konten media sosial yang efektif mampu meningkatkan kepuasan konsumen, yang kemudian mendorong mereka mengambil keputusan untuk melakukan pembelian.
7. Kepuasan Pelanggan terbukti menjadi variabel *intervening* pengaruh kualitas layanan terhadap Keputusan Pembelian (H7). Temuan ini menegaskan bahwa kualitas layanan tidak hanya berdampak langsung pada keputusan pembelian, tetapi juga secara tidak langsung melalui peningkatan kepuasan pelanggan.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *Social Media Marketing* dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepuasan Pelanggan pada Velcro Gym, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

5.2.1. Saran Untuk Velcro Gym

1. Membangun komunikasi dua arah di media sosial

Velcro Gym harus menunjuk satu atau dua orang khusus untuk memantau dan membalas setiap komentar, pertanyaan, serta pesan masuk di Instagram dalam waktu maksimal 1-2 jam, dengan balasan yang ramah, informatif, dan menggunakan nama pengirim jika memungkinkan.

2. Gunakan lebih banyak media sosial

Velcro Gym sebaiknya menggunakan platform media sosial lainnya selain Instagram seperti TikTok, Facebook dan lain-lain agar audiens yang dijangkau bisa lebih luas serta meningkatkan jumlah member aktif.

3. Menjaga fasilitas dan peralatan tetap terawat

Velcro Gym wajib membuat jadwal perawatan harian dan mingguan yang ketat, termasuk membersihkan semua alat setelah jam sibuk, memeriksa serta memperbaiki kerusakan kecil segera, dan mengganti peralatan yang sudah berkarat atau usang.

4. Menjadikan Velcro Gym sebagai pilihan utama member

Velcro Gym perlu memberikan pengalaman rutin yang unggul melalui kelas variatif, suasana nyaman, dan sentuhan personal seperti menyapa member dengan nama, sehingga member secara alami memilih Velcro sebagai tempat pertama setiap kali ingin berolahraga.

5. Menyediakan informasi yang jelas dan mudah diakses

Velcro Gym harus secara rutin memperbarui akun Instagram dan Google Maps dengan foto fasilitas terkini, daftar harga jelas, jadwal kelas terbaru, serta

testimoni member, sambil selalu siap menjawab pertanyaan calon member dengan detail dan cepat di semua platform. Velcro Gym juga harus memberikan informasi seperti nomor telepon atau linktr.ee pada bio media sosial.

5.2.2. Saran untuk penelitian selanjutnya

1. Menambah Variabel Lain

Penelitian selanjutnya dapat memasukkan variabel seperti brand image atau perceived value untuk melihat apakah faktor tersebut memberi penjelasan tambahan terhadap kepuasan dan keputusan pembelian.

2. Memperluas Lokasi atau Objek

Karena penelitian ini hanya dilakukan di satu *gym*, studi berikutnya bisa dilakukan pada beberapa pusat kebugaran berbeda agar hasilnya lebih umum dan bisa dibandingkan.