

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Analisis mendalam terhadap dampak citra merek dan sosial media marketing terhadap keputusan pembelian konsumen di Teh Siswa Singkut 1, Sarolangun, menghasilkan temuan sebagai berikut:

1. Hasil uji t yang telah dilaksanakan secara parsial menampilkan bahwa terdapat yang baik dan relevan antara citra merek (X1), dan sosial media marketing (X2) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) di Teh Siswa Singkut 1, Sarolangun.
2. Hasil uji F yang dilaksanakan secara serempak atau simultan terhadap variabel citra merek (X1), sosial media marketing (X2) dikatakan memiliki dampak yang baik dan relevan dengan keputusan pembelian konsumen (Y) di Teh Siswa Singkut 1, Sarolangun.

5.2 Saran

Saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya maupun untuk orang-orang yang terlibat berdasarkan proses dan hasil penelitian yang diperoleh yakni:

1. Peneliti menyarankan kepada pemilik Teh Siswa Singkut 1 agar dapat menyesuaikan harga produk yang ditawarkan agar lebih terjangkau di kalangan konsumen. Peneliti juga menyarankan agar Teh Siswa Singkut 1 dapat menawarkan produk- produk yang bervariasi dan dapat mengikuti tren zaman agar konsumen lebih tertarik untuk mengunjungi Teh Siswa Singkut 1. Selain itu, peningkatan kualitas pelayanan, seleksi lokasi yang strategis, dan penyediaan lahan parkir yang besar juga menjadi poin yang penting yang harus dipertimbangkan guna menciptakan pengalaman belanja yang menyenangkan bagi konsumen.

2. Peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya agar dapat menghasilkan penelitian yang lebih lanjut terkait komponen yang berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen di Teh Siswa Singkut 1. Peneliti juga berharap kepada peneliti selanjutnya untuk mengkombinasikan dengan model analisis yang lebih komprehensif, agar kompleksitas masalah yang serupa dapat ditindaklanjuti.