

BAB VI KESIMPULAN

6.1 Kesimpulan

Penelitian dilakukan dengan menggunakan regresi linear sederhana dan hasilnya menunjukkan adanya Pengaruh Sosial Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian melalui aplikasi Instagram.

- a. Hasil penelitian menunjukkan pemasaran sosial media instagram memiliki pengaruh sebesar 41,4% terhadap keputusan pembelian, sedangkan faktor lain memiliki pengaruh sebesar 58,6%.
- b. Beberapa indikator menunjukkan bahwa *content creation*, *content sharing*, *connecting*, kualitas produk, kebiasaan, rekomendasi, dan keinginan untuk pembelian berulang memiliki nilai yang valid dan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian melalui aplikasi instagram.
- c. Melalui konten visual yang menarik dan interaksi yang aktif, Instagram mampu mempengaruhi persepsi, minat, dan niat pembelian konsumen.
- d. Konten yang relevan dan berkualitas sangat penting dalam meningkatkan efektivitas Instagram sebagai alat pemasaran. Konten yang informatif, menarik, dan menggambarkan keunggulan produk sepeda motor honda dapat memikat perhatian calon konsumen dan membantu mereka dalam mengambil keputusan pembelian.
- e. Interaksi dengan pengguna Instagram melalui komentar, pesan langsung, atau fitur lainnya dapat memperkuat hubungan dengan calon konsumen. Respons yang cepat, ramah, dan informatif dari akun resmi PT. Panca Niaga Mandiri akan memberikan pengalaman positif dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap merek.
- f. Penggunaan strategi pemasaran berbayar (*paid advertising*) di Instagram, seperti iklan berbayar atau endorsement dari influencer, dapat menjadi metode yang efektif untuk menjangkau target audiens yang lebih luas dan meningkatkan kesadaran merek sepeda motor honda.

- g. ada beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap uji yang ada pada beberapa indikator dipengaruhi oleh variabel lain berpengaruh signifikan dan valid nilainya. Hal ini menunjukkan bahwa indikator tersebut dapat dijadikan acuan dalam menentukan strategi pemasaran melalui sosial media instagram yang efektif. Misalnya, perusahaan dapat mempertimbangkan konten kreatif, sharing konten, interaksi dengan konsumen, dan rekomendasi untuk mempengaruhi keputusan pembelian melalui aplikasi Instagram.
- h. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pemasaran sosial media instagram memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap keputusan pembelian, dan ada beberapa faktor yang mempengaruhi. Oleh karena itu, bagi perusahaan atau individu yang ingin meningkatkan penjualan melalui pemasaran sosial media instagram, mereka dapat mempertimbangkan faktor-faktor tersebut dalam strategi pemasaran mereka. Namun, perlu diingat bahwa masih ada faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, sehingga strategi pemasaran yang komprehensif dan terintegrasi akan lebih efektif dalam meningkatkan penjualan.
- i. Namun, perlu diingat bahwa hasil penelitian ini hanya berlaku untuk populasi dan situasi tertentu, sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk memastikan generalisasi hasil tersebut. Selain itu, variabel pemasaran sosial media dan keputusan pembelian harus tetap berkembang, sehingga perlu melakukan penelitian yang terus-menerus untuk memperbaharui strategi pemasaran yang efektif.
- j. Dalam kesimpulan ini, penelitian memberikan gambaran tentang pengaruh pemasaran sosial media instagram terhadap keputusan pembelian di PT. Panca Niaga Mandiri pada faktor yang dapat mempengaruhinya. Dengan mempertimbangkan hasil penelitian ini, perusahaan atau individu dapat mengembangkan strategi pemasaran yang baru melalui sosial media instagram yang lebih efektif dan sesuai dengan keputusan pembelian konsumen.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, adapun saran berkaitan dengan penelitian tentang yang mempengaruhi Pemasaran Sosial Media dan Keputusan Pembelian adalah sebagai berikut:

- a. Untuk perusahaan, diharapkan untuk melakukan aneka jenis promosi menarik yang lebih banyak untuk dimuat konten foto atau video saat diposting di sosial media, hal ini diperlukan guna untuk mempertahankan dan meningkatkan penjualan yang lebih baik dan menarik konsumen untuk datang dan membeli ulang kembali.
- b. Mengembangkan strategi konten yang menarik dan relevan. Perusahaan harus secara konsisten menghasilkan konten yang informatif, kreatif, dan menggugah minat calon konsumen. Konten dapat berupa foto, video, atau cerita yang memperlihatkan keunggulan produk dan memberikan nilai tambah bagi konsumen.
- c. Membangun interaksi yang aktif dengan pengguna. PT. Panca Niaga Mandiri perlu merespons komentar, pertanyaan, dan pesan dari pengguna dengan cepat dan ramah. Hal ini akan membantu memperkuat hubungan dengan konsumen potensial dan membangun kepercayaan terhadap merek.
- d. Memanfaatkan fitur-fitur iklan berbayar di Instagram. Menggunakan iklan berbayar dan bekerja sama dengan influencer yang relevan dapat membantu menjangkau audiens yang lebih luas, meningkatkan eksposur merek, dan mempercepat proses pengambilan keputusan pembelian.
- e. Melakukan pemantauan dan evaluasi terhadap hasil pemasaran di instagram. Perusahaan perlu mengukur kinerja kampanye pemasaran, menganalisis data, dan mengidentifikasi area perbaikan. Dengan melakukan pemantauan dan evaluasi yang terus-menerus, PT. Panca Niaga Mandiri dapat mengoptimalkan efektivitas strategi pemasaran mereka di Instagram.

- f. Contoh konten sosial media yang perlu ditambah selain mengenai penjualan adalah memasukan ide konten mengenai *Educate* (Mendidik), *Entertain* (menghibur), *Engage* (melibatkan), dan *Inspire* (menginspirasi) itulah tujuan komunikasi yang dapat dijadikan referensi untuk membuat konten bermakna yang menambah nilai pada strategi sosial media.
- g. *Educate* dalam konten foto dan video berguna untuk memberikan informasi yang berguna kepada calon konsumen. Edukasi merupakan strategi yang efektif untuk membangun kepercayaan dan kepuasan konsumen dalam memahami produk agar melakukan keputusan sebelum membeli.
- h. Konten foto dan video edukasi yaitu menjelaskan fitur-fitur dan keunggulan berbagai jenis sepeda motor, memberikan pemahaman tips perawatan ringan untuk motor, membandingkan model sepeda motor kelebihan dan kekurangan, promosi dan diskon, tips berkendara aman.
- i. *Entertain* berguna untuk menghibur dan menarik minat konsumen agar membuat keputusan membeli terhadap sepeda motor yang ditawarkan. Dalam dunia penjualan, hiburan adalah salah satu strategi pemasaran yang efektif untuk menarik perhatian calon konsumen dan membangun hubungan yang positif dengan konsumen.
- j. Konten *Entertain* dapat diwujudkan dalam bentuk foto atau video yang menampilkan video test drive yang menarik, kontes foto dengan tema *best ride moment / best customized bike*, konten meme lucu mengenai cerita foto atau video yang kreatif mengenai sepeda motor, showcase konten komunitas pecinta sepeda motor, *live streaming* acara pameran.
- k. *Engage* (Melibatkan) berguna untuk melibatkan dan mengajak calon konsumen untuk terlibat secara aktif dalam interaksi dengan konten yang ditampilkan, sehingga mereka merasa terhubung dan memiliki pengalaman yang positif dengan merek sepeda motor tersebut.
- l. Konten *Engage* dapat diwujudkan dengan menyajikan informasi yang berguna untuk menarik bagi calon konsumen seperti konten testimoni pelanggan, konten video produk, konten kontes dan *giveaway* hadiah, pembaruan produk, kolaborasi dengan influencer lokal. Selain itu, *engage* juga dapat diwujudkan dalam bentuk interaksi

dengan calon konsumen, seperti menjawab pertanyaan mereka dan memperkenalkan mereka dengan komunitas pengguna sepeda motor yang sama.

- m. Perusahaan dapat membangun hubungan interaksi yang positif dengan calon konsumen, perusahaan juga dapat mempelajari wawasan yang berguna tentang preferensi dan kebutuhan konsumen, yang dapat membantu mereka meningkatkan produk dan layanan sebelum melakukan keputusan pembelian sepeda motor.
- n. *Inspire* (Inspirasi) berguna untuk menginspirasi calon konsumen dengan menunjukkan potensi dan kemungkinan yang bisa dicapai dengan memiliki sepeda motor. Inspirasi adalah cara untuk memotivasi calon konsumen agar tertarik dan merasa terdorong untuk membeli produk yang ditawarkan.
- o. Konten Inspirasi yang sesuai adalah menampilkan foto keren sepeda motor dalam perjalanan yang menakjubkan, video pengalaman yang menyenangkan, petualangan yang menantang menggunakan sepeda motor, ulasan pembeli dan manfaat sesudah membeli sepeda motor.
- p. Ide script instagram yang menarik mengenai promosi instagram sepeda motor honda:
 - (i) Judul: Panduan memilih sepeda motor honda yang tepat

Deskripsi: Apakah anda sedang mencari sepeda motor yang cocok untuk kebutuhan keseharian anda? Jangan lewatkan panduan kami tentang bagaimana memilih sepeda motor honda yang tepat untuk anda. Dapatkan informasi terbaru tentang fitur, performa, dan gaya dari berbagai model sepeda motor honda. Jangan sampai salah pilih, temukan sepeda motor honda yang sempurna untuk anda hanya di PT. Panca Niaga Mandiri!

- (ii) Judul: Pengalaman seru mengendarai sepeda motor honda

Deskripsi: Mari ikuti perjalanan kami yang seru bersama sepeda motor Honda! Dalam video ini, kami akan mengajak Anda menjelajahi petualangan menarik dengan menggunakan sepeda motor honda yang dikirim oleh para pelanggan. Nikmati kebebasan dan kesenangan mengendarai sepeda motor honda sambil mengeksplorasi tempat-tempat indah dan merasakan sensasi berkendara yang tak

terlupakan. Saksikan video ini dan temukan pengalaman seru dengan sepeda motor Honda hanya di PT. Panca Niaga Mandiri!

(iii) Judul: Diskon spesial untuk pembelian sepeda motor honda

Deskripsi: Jangan lewatkan kesempatan emas ini! Kami memberikan diskon spesial untuk pembelian sepeda motor Honda. Dapatkan penawaran eksklusif dan potongan harga menarik untuk berbagai model sepeda motor Honda. Jadi, jika Anda sedang berencana untuk membeli sepeda motor, sekaranglah saat yang tepat! Segera kunjungi dealer Honda PT. Panca Niaga Mandiri atau hubungi kami untuk informasi lebih lanjut.

(iv) Judul: Komunitas sepeda motor honda: Bergabung dan temukan teman baru sobat!

Deskripsi: Ingin merasakan kebersamaan dan kegembiraan bersama komunitas sepeda motor honda? Bergabunglah dengan komunitas kami dan temukan teman-teman seperjalanan yang memiliki minat dan passion yang sama. Dalam komunitas ini, anda akan mendapatkan kesempatan untuk mengikuti acara seru, sharing pengalaman, dan menjalin hubungan baru dengan pecinta sepeda motor honda lainnya. Jangan lewatkan kesempatan ini untuk bergabung dan rasakan kehangatan komunitas kami!

- q. Pastikan untuk mengadaptasi ide-ide lainnya sesuai dengan gaya dan brand instagram sepeda motor honda di PT. Panca Niaga Mandiri, serta menambahkan elemen visual yang menarik seperti gambar atau video untuk menarik perhatian pengguna instagram.
- r. Dengan menerapkan saran-saran ini, diharapkan PT. Panca Niaga Mandiri dapat memanfaatkan Instagram secara efektif sebagai alat pemasaran untuk mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Honda, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan memperluas target pasar.

LAMPIRAN

JADWAL PELAKSANAAN

Tabel Jadwal Pelaksanaan

No.	Kegiatan	Bulan					
		Agustus	September	Oktober	November	Desember	Januari
1	Pengumpulan data						
2	Merumuskan masalah						
3	Metodologi						
4	Analisa hasil pengaruh Promosi Sosial Media Marketing dan Keputusan Pembelian						
5	Validasi						
6	Pengambilan Kesimpulan dan saran						

Personalia Tugas Akhir

Tabel Personalia Tugas Akhir

Data Mahasiswa		
Nama lengkap	:	Rivando Fredi Calis Tanto
NIM	:	1801010002
Program Studi	:	Manajemen Pemasaran Internasional
Data Dosen Pembimbing		
Nama Lengkap dan Gelar	:	Asmara Wildani, S.Sos, MM
NIP	:	0121097801
Jabatan Fungsional	:	
Program Studi	:	
Bidang Keahlian/Kepakaran	:	Etnografi

Perkiraan Biaya Tugas Akhir

Tabel Perkiraan Biaya Tugas Akhir

A. Bahan dan Peralatan Tugas Akhir				
No.	Kebutuhan	Jumlah	Harga (RP)	Total (RP)
1	Kuota Internet Telkomsel / Pulsa	6	Rp.25.000	150.000
2	Print Kuesioner	100	Rp.1.000	100.000
3				
Total				Rp. 250.000
B. Pembuatan Makalah Dan Laporan Tugas Akhir				
1	Makalah	1	Rp.42.000	Rp. 42.000
Total				
C. Biaya Lain Lain				
1	-	-	-	-
2	-	-	-	-
3	-	-	-	-
4	-	-	-	-
Total				
Grand total				Rp. 292.000