

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang “Pengaruh Media Sosial dan *Brand Trust* terhadap Keputusan Pembelian HP *iphone second* di *Marketplace* Facebook (Studi Kasus Mahasiswa UMB)”. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian HP *iphone second* di *Marketplace* Facebook.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian HP *iphone second* di *Marketplace* Facebook.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan (bersama-sama) Media Sosial dan *Brand Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian HP *iphone second* di *Marketplace* Facebook.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang didapat, maka saran yang bisa disampaikan adalah sebagai berikut :

1. Saran untuk tanggapan responden variabel media sosial, diduga terdapat satu pernyataan dengan jumlah nilai rata – ratanya rendah di bandingkan dengan pernyataan lainya yaitu "Saya merasa bahwa media sosial memberikan kesempatan bagi saya untuk berinteraksi dan memperoleh

rekomendasi atau ulasan dari orang lain sebelum memutuskan untuk membeli HP iPhone *second* " Saran, Penting bagi penjual untuk diberikan pemahaman mengenai arti penting membangun reputasi yang baik melalui penyajian profil yang lengkap dan dapat dipercaya di marketplace. Mengingat konsumen kini semakin selektif dalam memilih penjual, maka tampilan profil yang profesional di platform digital dapat menjadi nilai tambah yang membedakan dari kompetitor.

2. Saran untuk tanggapan responden variabel *Brand Trust*, diduga terdapat satu pernyataan dengan jumlah nilai rata – ratanya rendah di bandingkan dengan pernyataan lainnya yaitu "Saya percaya sistem keamanan iPhone tetap terjaga walau second" Saran, Sebaiknya Perlu dilakukan langkah-langkah edukatif dan penyampaian informasi yang lebih transparan terkait kondisi dan daya tahan merek HP iPhone second yang dipasarkan. Penjual disarankan untuk menyediakan bukti kualitas hp yang lebih jelas, jaminan, dan lain – lainnya, guna meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap Hp iPhone second yang ditawarkan.
3. Saran untuk tanggapan responden variabel Keputusan Pembelian, diduga terdapat satu pernyataan dengan jumlah nilai rata – ratanya rendah di bandingkan dengan pernyataan lainnya yaitu "Saya melakukan pembelian karena brand dan informasi media sosial mendukungnya" Saran, Perlu adanya peningkatan edukasi bagi konsumen terkait pentingnya memahami spesifikasi teknis HP iPhone second sebelum melakukan pembelian. Penjual dapat mendukung hal ini dengan menyediakan panduan pembelian,

informasi perbandingan spesifikasi, maupun layanan konsultasi, sehingga calon pembeli dapat lebih teliti dan yakin dalam memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan serta harapan mereka.

4. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, sehingga saran untuk peneliti berikutnya yaitu melakukan penelitian lanjutan dengan metode campuran (mix-method) agar hasil kuantitatif dapat diperdalam melalui wawancara atau observasi.