

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai “Pengaruh *Pengetahuan Produk* dan *Pemasaran Media Sosial* Terhadap *Keputusan pembelian* Sepatu Ventela Pada TikTok Shop, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Pengetahuan Produk* berpengaruh signifikan terhadap *Keputusan pembelian*
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Pemasaran Media Sosial* berpengaruh signifikan terhadap *Keputusan pembelian*.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Pengetahuan Produk* dan *Pemasaran Media Sosial* berpengaruh signifikan terhadap *Keputusan pembelian*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Nilai pernyataan indikator dari variabel pengetahuan produk yang terkecil adalah “Saya merasa produk Sepatu ventela memberikan nilai lebih dibandingkan dengan merek lain” (skor 3,56; kategori Baik). Ini menunjukkan bahwa meskipun pelanggan mengenal produk, masih ada keraguan terhadap keunggulannya dibanding pesaing. Dengan ini disarankan brand dapat menyajikan konten edukatif berupa perbandingan keunggulan

produk Ventela dengan merek lain secara objektif untuk membangun persepsi nilai lebih di benak konsumen.

2. Nilai pernyataan indikator dari variabel pemasaran media sosial yang terkecil adalah “Saya merasa menjadi bagian dari komunitas online yang memiliki ketertarikan pada produk sepatu ventela yang sama” (skor 3,28; kategori Cukup Baik). Hal ini menandakan adanya keraguan terhadap kesesuaian promosi dan kualitas produk. Disarankan untuk perusahaan sebaiknya membangun komunitas online interaktif untuk menciptakan rasa memiliki dan keterlibatan emosional pelanggan terhadap merek.
3. Nilai pernyataan indikator dari variabel keputusan pembelian yang terkecil adalah “Saya menyadari bahwa saya membutuhkan produk sepatu ventela ini” (skor 3,67; kategori Baik). Ini mencerminkan bahwa tidak semua konsumen merasa kebutuhan yang nyata terhadap produk, sebagian terdorong oleh tren atau keinginan sesaat. Disarankan untuk strategi pemasaran perlu menonjolkan manfaat fungsional sepatu Ventela agar konsumen menyadari kegunaan dan urgensi memiliki produk tersebut.