

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengenai pengaruh *social media marketing* dan persepsi harga terhadap minat beli konsumen pada produk *fashion* Roughneck di Instagram, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Social media marketing* berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk *fashion* Roughneck di Instagram
2. Persepsi harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk *fashion* Roughneck di Instagram
3. *Social media marketing* dan persepsi harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk *fashion* Roughneck di Instagram

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan kesimpulan, maka penulis memberikan saran baik Roughneck, maupun bagi peneliti selanjutnya. Saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Roughneck meningkatkan kualitas konten serta menggunakan instagram ads sehingga dapat menjangkau konsumen potensial yang akan meningkatkan like dan share yang dapat berdampak pada peningkatan minat beli konsumen.
2. Roughneck sebaiknya membuat program loyalitas sehingga konsumen mendapatkan harga khusus sehingga persepsi harga Roughneck lebih positif yang akan berdampak pada peningkatan minat beli konsumen.

5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

Dalam penelitian ini menggunakan variabel pengaruh *Social media marketing* dan persepsi harga terhadap minat beli konsumen. Untuk pengembangan mendatang masih memungkinkan untuk mengukur variabel lain diluar penelitian, seperti *electronic word of mouth* dan kualitas produk.