

## **BAB 5**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan dari hasil penelitian mengenai pengaruh social media instagram marketing, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada Quinnell.id di Surabaya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis data yang dilakukan pada penelitian dapat diperoleh bahwa social media instagram marketing (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Quinnell.id di Surabaya.
2. Berdasarkan analisis data yang dilakukan dapat diperoleh bahwa harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Quinnell.id di Surabaya. Variabel harga (X2) juga merupakan variabel yang paling berpengaruh.
3. Berdasarkan analisis data yang dilakukan dapat diperoleh bahwa Citra Merek (X3) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Quinnell.id di Surabaya.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang sudah dijelaskan tersebut, maka saran yang diberikan oleh penulis pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Quinnell.id saat mengeluarkan varian fashion baru disarankan untuk menetapkan harga dengan mempertimbangkan keterjangkauan konsumen.



Berdasarkan wawancara dengan pemilik, memberikan potongan harga (diskon) maksimal 25% jika membeli lebih dari 2 jenis fashion. Untuk lebih menarik konsumen, disarankan Quinnell.id memberikan diskon diatas 40% untuk dapat bersaing dengan para pesaing.

2. Quinnell.id dapat membangun kerja sama dengan beberapa public figure atau influencer melalui sosial media Instagram sehingga produk yang ditawarkan memiliki pasar yang lebih luas dan makin dikenal oleh banyak orang, hal ini berdasarkan wawancara dengan pemilik usaha Quinnell.id.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hasan, 2013, Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan, Yogyakarta, CAPS (Center For Academic Publishing Service)
- Alma, Buchari, 2011, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan Kesembilan, Bandung, Alfabeta
- Amalia, Suri, 2017, Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa, Jurnal Manajemen dan Keuangan, 6 (1): 660-669
- Ananda, Aris, 2011, Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek, Jakarta, Spektrum Mitra Utama
- Apjii, 2016. Survey Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2016. <https://apjii.or.id/download/file/surveipenetrasiinternet2016.pdf> (diakses Tgl 9 November 2020 : Pk 23:12)
- Arikunto, S., 2010, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Jakarta, Rineka Cipta
- Assauri, S., 2014, Manajemen Pemasaran, Jakarta, Rajawali Pers
- Pradiptarini, Charity, 2011, Social media marketing: measuring its effectiveness and identifying the Target Market, UW-L Journal of Undergraduate Research XIV: 1-11
- Ferdinand, Augusty, 2014, Metode Penelitian Manajemen, Semarang, BP Universitas Diponegoro
- Gitosudarmo, Indriyo, 2014, Manajemen Operasi, Yogyakarta, BPFE-Yogyakarta
- Ghozali, Imam, 2013, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gunelius, Susan, 2011, 30-Minute Social Media Marketing, United States, McGraw-Hill Companies.
- Habibah, Ummu dan Sumiati, 2016, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura, Jurnal Ekonomi dan Bisnis (JEB 17), 1 (1): 31-48
- Joshua, Davin dan Metta Padmalia, 2018, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship; 5, (1):27-32





- Keller, Kevin L., 2013, *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity*, Fourth Edition Harlow, English, Pearson Education Inc.
- Kotler, Philip dan Garry Armstrong, 2016, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1, Jakarta, Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller, 2012, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jakarta, Erlangga
- Kurniasari, Meatry dan Agung Budiarmo, 2018, *Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts & Coffee Semarang*, *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7 (1): 25-31
- Lubis, Desy I.D dan Rahmat Hidayat, 2017, *Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan*, *Jurnal Ilman*, 5 (1): 15-24
- Mileva, Lubiana dan Achmad Fauzi, 2018, *Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks menggunakan LINE)*, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 58 (1):190-199
- Neti, Sisira, 2011, *Social Media and It's Role in Marketing*, *International Journal of Enterprise Computing and Business Systems*, Vol I (2):1-15
- Nisrina, M., 2015, *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*, Yogyakarta, Kobis
- Prasetya, E.G, Edy Yulianto dan Sunarti., 2018, *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis angkatan 2014 konsumen Air Mineral Aqua)*, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 62, (2): 214-221
- Priyatno, Duwi, 2010, *Lima Jam Belajar Olah Data dengan SPSS 19*, Yogyakarta, Andi
- Putri, Citra S, 2016, *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli*, *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1 (5): 594-603
- Rahman, Abdul, 2010, *Panduan Pelaksanaan Administrasi Pajak Untuk Karyawan, Pelaku Bisnis Dan Perusahaan*, Bandung, Nuansa
- Rangkuti, Freddy, 2012, *Studi Kelayakan Bisnis dan Investasi*, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama

- Sugiyono, 2017, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung, Alfabeta
- Sujarweni, V. Wiratna, 2014, Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami, Yogyakarta, Pustaka Baru Press
- Supranto, J., 2011, Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar, Cetakan keempat, Jakarta, PT Rineka Cipta
- Tjiptono, Fandy. 2012. Strategi Pemasaran, Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset
- \_\_\_\_\_. 2014. Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan dan Penelitian. Yogyakarta: Andi Offset
- Tunis, A.J dan Sopa Martina, 2016, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Thesecret Factory Outlet, Jurnal Pariwisata, 3(1): 60-72
- Wulandari, R.D. dan D.A Iskandar, 2018, Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik, Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 3 (1): 11-18
- Zarella, Dan, 2010, The Social Media Marketing Book, Gravenstein Highway North, O'Reilly Media Inc

