

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil penelitian yang penulis lakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Media sosial berpengaruh terhadap Keputusan pembelian salad buah beesabuy. Artinya semakin konsumen cenderung menggunakan media sosial sebagai salah satu sumber informasi untuk mengetahui tentang produk, promosi, ulasan, atau testimoni yang dapat memengaruhi minat konsumen dalam melakukan Keputusan pembelian.
- 2) Kesadaran SDG's berpengaruh terhadap Keputusan pembelian salad buah beesabuy. Artinya semakin konsumen sadar terhadap tujuan pembangunan berkelanjutan SDG's akan pentingnya praktik bisnis yang mendukung keberlanjutan, seperti penggunaan bahan-bahan ramah lingkungan, pengurangan limbah, dan keberlanjutan sosial, cenderung lebih memilih untuk melakukan Keputusan pembelian
- 3) Media Sosial dan Kesadaran SDG's berpengaruh terhadap Keputusan pembelian salad buah beesabuy. Artinya media sosial maupun kesadaran terhadap SDG's secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian salad buah Beesabuy. Semakin memanfaatkan media sosial secara efektif dan memperlihatkan komitmen terhadap SDG's, konsumen akan lebih cenderung untuk memilih dan melakukan Keputusan pembelian.

B. Saran

Bedasarkan penelitian yang telah dilakukan terdapat saran dari peneliti antara lain :

1) Perusahaan

- a. Beesabuy perlu mengoptimalkan media sosial untuk meningkatkan keputusan pembelian salad buah. Perusahaan harus aktif memposting konten menarik, seperti foto produk berkualitas dan testimoni konsumen. Menggandeng influencer atau food blogger lokal dapat memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Selain itu, testimoni dari influencer akan memperkuat citra positif produk. Beesabuy juga perlu bisa mengadakan promosi, giveaway, atau diskon eksklusif di media sosial untuk menarik perhatian konsumen. Program referral dapat membantu meningkatkan engagement dan penjualan melalui platform ini. Melibatkan konsumen dalam pembuatan konten, seperti meminta mereka berbagi pengalaman dengan produk, dapat memperkuat keterlibatan konsumen. Selain itu, analisis data performa media sosial sangat penting untuk memahami efektivitas kampanye. Beesabuy harus terus memantau engagement, reach, dan tingkat konversi dari setiap aktivitas pemasaran. Dengan strategi yang tepat, media sosial akan menjadi alat efektif dalam memperkuat kepercayaan konsumen dan mendukung pertumbuhan bisnis Beesabuy.
- b. Beesabuy perlu mengganti kemasan plastik dengan bahan biodegradable akan menarik perhatian konsumen yang peduli lingkungan. Meningkatkan transparansi dengan melaporkan penggunaan bahan lokal dan praktik ramah lingkungan sangat penting. Kolaborasi dengan komunitas lokal atau petani setempat akan memperkuat rantai pasokan berkelanjutan. Melalui kampanye keberlanjutan di media sosial,

Beesabuy dapat mengajak konsumen untuk ikut dalam gerakan ini. Inovasi produk, seperti salad buah organik, akan menunjukkan keseriusan perusahaan dalam mendukung SDG's. Peluncuran program daur ulang kemasan juga menjadi bagian dari tanggung jawab lingkungan. Langkah-langkah ini akan menarik konsumen yang sadar akan keberlanjutan. Dengan strategi yang tepat, Beesabuy dapat menjadi pilihan utama bagi konsumen yang peduli lingkungan.

- c. Beesabuy perlu mengintegrasikan kampanye SDG's ke dalam media sosial untuk menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan. Konten edukatif yang menjelaskan manfaat keberlanjutan harus dibuat untuk menarik perhatian konsumen. Menggandeng influencer yang fokus pada gaya hidup berkelanjutan dapat meningkatkan kesadaran akan produk Beesabuy. Selain itu, beesabuy harus mempublikasikan dampak positif dari inisiatifnya, seperti kolaborasi dengan petani local, pengurangan plastik dan daur ulang plastik. Interaksi aktif dengan konsumen melalui diskusi tentang SDG's dapat meningkatkan keterlibatan di media sosial. Membagikan testimonikonsumen yang mendukung keberlanjutan akan memperkuat hubungan merek dengan konsumen. Transparansi dalam proses bisnis terkait keberlanjutan juga harus ditampilkan di media sosial. Perusahaan dapat menciptakan produk spesial berbasis keberlanjutan yang dipromosikan secara eksklusif di platform media sosial. Dengan strategi yang tepat, Beesabuy dapat menjadi pilihan utama bagi konsumen yang peduli dengan keberlanjutan.

2) Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk mampu mengembangkan indikator , meningkatkan jumlah responden serta wilayah penelitian yang lebih luas dari penelitian saat ini.

