

BAB VI

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

1. Peran strategi pemasaran media sosial pada Toko Nymaz Hijab sangat signifikan dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk. Dengan memanfaatkan berbagai platform seperti Instagram, WhatsApp, TikTok, dan Facebook, Toko Nymaz Hijab mampu menjangkau audiens yang lebih luas dan menarik perhatian konsumen. Pemasaran yang dilakukan tidak hanya terfokus pada produk, tetapi juga mencakup aspek harga, lokasi, dan promosi, yang merupakan bagian dari strategi bauran pemasaran 4P. Produk yang ditawarkan memiliki variasi yang menarik dengan harga yang kompetitif, sehingga memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam. Selain itu, lokasi toko yang strategis juga memberikan kemudahan akses bagi pelanggan. Promosi yang konsisten dan menarik, termasuk konten visual yang informatif, meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk. Interaksi aktif dengan pelanggan melalui media sosial menciptakan hubungan yang lebih dekat dan loyalitas yang tinggi. Dengan strategi yang tepat, Toko Nymaz Hijab tidak hanya berhasil meningkatkan penjualan, tetapi juga membangun citra merek yang positif di kalangan konsumen. Oleh karena itu, penerapan pemasaran melalui media sosial menjadi kunci keberhasilan bisnis ini. Media sosial bukan hanya alat promosi, tetapi juga platform untuk membangun komunitas di sekitar merek. Secara keseluruhan, strategi pemasaran media sosial yang diterapkan oleh Toko Nymaz Hijab menunjukkan hasil yang positif dalam menarik minat beli konsumen. Konsumen merasa lebih terhubung dan terinformasi mengenai

produk berkat konten yang dibagikan di media sosial. Pencarian informasi yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan pembelian menunjukkan bahwa media sosial berfungsi sebagai sumber informasi yang penting. Hal ini juga membantu konsumen dalam mengevaluasi alternatif produk yang ditawarkan. Diskon dan tawaran menarik yang diinformasikan melalui media sosial berfungsi sebagai faktor pendorong keputusan pembelian. Dengan demikian, strategi pemasaran media sosial berperan penting dalam proses pengambilan keputusan konsumen. Toko Nymaz Hijab berhasil memanfaatkan media sosial untuk memperkuat posisi kompetitifnya di pasar hijab. Ini menegaskan bahwa pemasaran digital adalah komponen vital bagi keberlanjutan usaha di era modern. Keberhasilan ini menunjukkan pentingnya adaptasi dan inovasi dalam strategi pemasaran untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berkembang.

2. Peran media sosial dalam keputusan pembelian produk di Toko Nymaz Hijab, dapat disimpulkan bahwa media sosial berfungsi sebagai alat yang sangat efektif dalam memengaruhi perilaku konsumen. Konsumen sering kali melakukan pencarian informasi tentang produk hijab melalui platform seperti Instagram, WhatsApp, TikTok, dan Facebook sebelum mengambil keputusan pembelian. Informasi yang disediakan di media sosial, termasuk deskripsi produk, ulasan dari pelanggan, dan interaksi langsung dengan admin, membantu meningkatkan kepercayaan konsumen. Selain itu, konten visual yang menarik, seperti foto dan video, memberikan gambaran nyata tentang produk yang ditawarkan, sehingga mengurangi ketidakpastian saat berbelanja online. Promosi yang

dilakukan melalui media sosial, seperti diskon dan tawaran khusus, menjadi faktor pendorong yang signifikan bagi konsumen untuk melakukan pembelian. Dengan demikian, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai saluran informasi, tetapi juga sebagai penghubung yang membangun hubungan antara toko dan pelanggan. Selanjutnya, keputusan pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh pengalaman positif yang didapatkan melalui media sosial. Pelanggan yang merasa puas dengan produk sering kali membagikan pengalaman mereka, menciptakan efek word of mouth yang menguntungkan bagi Toko Nymaz Hijab. Respon cepat terhadap pertanyaan dan keluhan konsumen di media sosial juga berkontribusi pada kepuasan pelanggan, yang dapat meningkatkan loyalitas dan kemungkinan pembelian di masa depan. Dengan keterlibatan aktif di media sosial, Toko Nymaz Hijab mampu menjalin hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan, sehingga menguatkan posisi mereka di pasar. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang melibatkan media sosial sangat penting untuk meningkatkan keputusan pembelian dan memastikan keberhasilan jangka panjang Toko Nymaz Hijab.

B. Saran

1. Bagi Pemilik Usaha, pemilik Toko Nymaz Hijab disarankan untuk lebih meningkatkan variasi konten di media sosial, misalnya dengan menambahkan tutorial pemakaian hijab, tips fashion, serta interaksi langsung melalui live streaming. Hal ini akan menarik lebih banyak pelanggan dan membangun engagement yang lebih kuat. Selain itu, sebaiknya pemilik usaha juga

mengembangkan promosi yang lebih inovatif, seperti memberikan diskon khusus bagi pelanggan setia atau membuat konten kreatif yang relevan dengan tren saat ini agar daya saing tetap terjaga.

2. Bagi Peneliti, Penelitian ini dapat menjadi bahan pembelajaran dan referensi dalam memahami peran media sosial sebagai strategi pemasaran. Peneliti disarankan untuk terus memperkaya literatur dan praktik di bidang pemasaran digital, terutama dalam menghubungkan teori dengan kondisi nyata di lapangan. Dengan begitu, penelitian ini tidak hanya bermanfaat bagi dunia akademik, tetapi juga mampu memberi kontribusi nyata pada pelaku usaha.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya, peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan metode penelitian yang lebih spesifik atau kombinasi metode kualitatif dan kuantitatif, sehingga hasil penelitian bisa lebih komprehensif. Penelitian juga dapat diarahkan untuk melihat perubahan perilaku konsumen dalam jangka waktu tertentu, mengingat tren media sosial dan preferensi pasar selalu berkembang. Selain itu, peneliti berikutnya bisa memperluas objek penelitian, misalnya membandingkan beberapa toko hijab lain, agar hasil penelitian lebih bervariasi dan representatif.