

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

- 1). Karakteristik konsumen Lostacos adalah mayoritas konsumen yang dikategorikan berusia muda.
- 2). Variabel *personal relevance* (X1), *interactivity* (X2), *message* (X3) dan *brand familiarity* (X4) sama - sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).
- 3). Variabel *personal relevance* (X1), *interactivity* (X2), *message* (X3) dan *brand familiarity* (X4) memiliki pengaruh sebesar 37% terhadap keputusan pembelian (Y), sisanya 63% dipengaruhi oleh variabel lain yang diteliti dalam penelitian ini.

5.2. Saran

- 1). Untuk pemilik Lostacos perlu mengetahui karakteristik dari konsumen, agar semua golongan mengetahui Lostacos, salah satu cara diantaranya dengan memperluas pemasaran produknya melalui media sosial dengan melakukan promosi di akun media sosial lainnya. Serta juga diharapkan meningkatkan kreatifitas dalam promosi agar lebih mempengaruhi pembelian konsumen.
- 2). Untuk pemilik lostacos perlu meningkatkan *personal relevance*, *interactivity*, *message* dan *brand familiarity* agar menghasilkan pasar yang lebih luas sehingga dapat meningkatkan keputusan konsumen dalam membeli.
- 3). Untuk pemilik Lostacos agar dapat mempelajari faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, seperti mengenali bagaimana karakteristik dari konsumen dalam membeli.