

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian ini, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Efektivitas promosi media sosial dengan EPIC Model menunjukkan nilai EPIC rate termasuk dalam kategori efektif, dan dari keempat dimensi tersebut yang memiliki nilai EPIC rate tertinggi adalah dimensi *Communication*. Hal ini memperlihatkan bahwa promosi media sosial dalam mengenalkan Prima Freshmart dapat mempengaruhi konsumen.
2. Media sosial website (X1), instagram (X2), whatsapp (X3) secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi keputusan pembelian produk di Prima Freshmart. Tetapi, media sosial website tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk di Prima Freshmart. Sedangkan pada media sosial instagram dan whatsapp berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

### 5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan antara lain :

1. Prima Freshmart perlu meningkatkan promosi yang lebih baik lagi dengan membuat perencanaan desain iklan dan promosi yang lebih menarik, agar nantinya efektivitas promosi media sosial Prima Freshmart bisa lebih efektif lagi, dengan memperhatikan respon konsumen terhadap iklan. Misalnya terdapat ketertarikan konsumen terhadap iklan atau tidak, apakah iklan dapat

menarik konsumen untuk membeli produk atau tidak, dan apakah iklan tersebut membawa dampak terhadap produk yang diiklankan. Serta bisa menambahkan media sosial yang lain agar jangkauan penyampaian informasi Prima Freshmart dapat lebih meluas dan menjadi semakin mudah bagi masyarakat mendapatkan informasi tentang promosi Prima Freshmart.

2. Prima Freshmart harus lebih memperhatikan promosi melalui media sosial website karena variabel tersebut tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Agar website Prima Freshmart sering dikunjungi oleh konsumen, bisa dengan cara melampirkan link/alamat website Prima Freshmart pada saat promosi melalui media sosial yang lain seperti instagram dan whatsapp. Selain itu, Prima Freshmart harus lebih aktif dalam kegiatan promosi melalui media sosial, mampu memberikan inovasi-inovasi dan penyajian pesan yang lebih unik dan menarik agar konsumen dapat lebih memahami dan tertarik dengan informasi yang diberikan, sehingga dapat memberikan pengaruh lebih dalam keputusan pembelian.