

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Setelah penelitian dilakukan, berdasarkan pengumpulan dan menganalisis terhadap data–data yang telah diperoleh dari penyebaran kuesioner secara *online* kepada responden dengan menggunakan analisis PLS untuk menguji pengaruh variable sosial media marketing terhadap minat beli generasi milenial Y di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jawa Timur, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Interaction* yang baik atas *Friends Recommendation* pada *second stuff online shop* dapat meningkatkan minat beli Generasi Milenial Y di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jawa Timur.
2. Semakin jelas informasi yang di unggah akun *second stuff online shop* tentang kondisi, fitur, harga pakaian, maka minat beli generasi milenial Y di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jawa Timur akan semakin meningkat.

#### **5.2. Saran**

Sebagai implikasi atas hasil penelitian ini dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan, antara lain sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan minat beli generasi milenial Y di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jawa Timur akan lebih baik untuk pelaku bisnis tidak hanya fokus pada indikator *interaction* dan *sharing of content* tetapi indikator-

indikator lainnya agar performa *online shop* semakin baik dan akan lebih banyak pelanggan setia.

2. Memberikan informasi mengenai produk sejas-jelasnya agar meningkatkan minat beli konsumen selama dalam proses konsiderasi hingga akhirnya konsumen memutuskan untuk membeli dengan adanya kejelasan informasi mengenai produk konsumen juga tidak akan kecewa karena produk sesuai harapan dan penjelasan.
3. Pelaku bisnis *second stuff instagram* perlu mengingatkan konsumen untuk mempromosikan pengalaman mereka ke sosial media lainnya agar menjadi media promosi.
4. Pada penelitian selanjutnya dapat dipertimbangkan untuk menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi minat beli atau yang dapat dipengaruhi oleh minat beli.