

BAB V

Kesimpulan Dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dari penelitian ini maka dapat ditarik kesimpulan :

1. Terpaan promosi penjualan mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Artinya, Frekuensi dan durasi dalam mengakses instagram, melihat dan mengetahui tentang postingan instagram @gempikoe.id secara bersama-sama mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian produk gempikoe berdasarkan diskon, barang iklan, dan kontes berhadiah.
2. Besarnya pengaruh terpaan promosi penjualan di media sosial instagram @gempikoe.id terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 6,4%, sedangkan 93,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini

5.2 Saran

Berikut adalah saran yang dapat diberikan oleh peneliti :

1. Peneliti menyarankan agar penelitian selanjutnya dapat meneliti faktor – faktor lainnya yang berada di luar penelitian ini yang mampu mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.
2. Untuk pemilik usaha sebaiknya memikirkan strategi promosi yng baik dan mampu mempengaruhi secara signifikan agar produk yang dijualnya dapat lebih dikenal oleh masyarakat dan meningkatkan taraf pembelian produk.