



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian dengan judul Pengaruh *social media marketing* terhadap *brand equity* Life Of Shushu ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel *social media marketing* dengan variabel *brand equity* Life Of Shushu, serta seberapa besar pengaruh tersebut. Data yang diterima dalam penelitian ini berasal dari ukuran minimum 200 sampel, dengan hasil lapangan memperoleh sebanyak 228 responden dan diambil sebanyak 206 responden untuk diteliti, karena memenuhi kriteria sampel yang dibutuhkan. Peneliti menggunakan aplikasi SPSS versi 25 untuk mengolah data dan diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh antara *social media marketing* terhadap *brand equity* Life Of Shushu, dengan membandingkan F hitung dengan F tabel. Dimana nilai F hitung $>$ F tabel penelitian ini memperoleh hasil sebesar 306,564 dengan nilai F tabel sebesar 3,89. Nilai $306,564 > 3,89$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. Variabel *social media marketing* memiliki hubungan positif yang kuat terhadap *brand equity*, yang mengacu pada hasil uji regresi dengan hasil nilai R Square sebesar 0,600 atau

60%. Maka dapat dinyatakan bahwa pengaruh *social media marketing* terhadap *brand equity* adalah sebesar 60%, serta terdapat 40% faktor lain yang mempengaruhi *brand equity* dan tidak dibahas dalam penelitian ini.

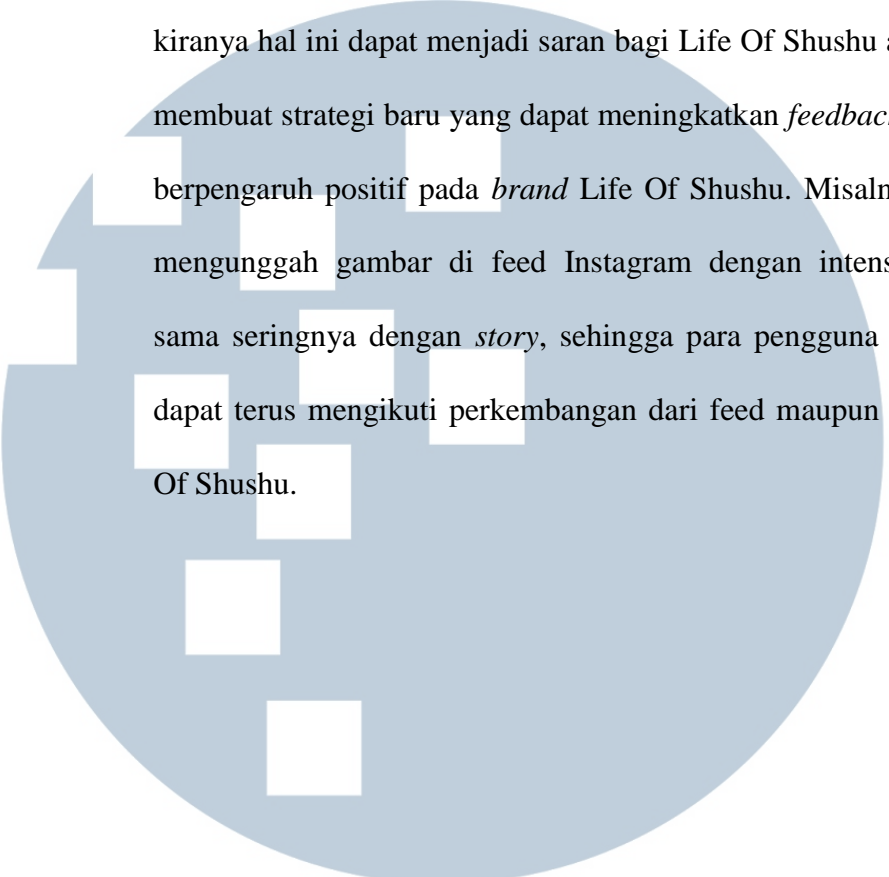
5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Selama berjalannya proses penelitian dan hasil akhir yang peneliti dapatkan dari penelitian ini, peneliti berharap agar peneliti berikutnya dapat menambahkan atau mengembangkan lagi terkait variabel *social media marketing*, atau selanjutnya dapat mencoba metode penelitian kualitatif dengan ahli-ahli media sosial sebagai narasumber yang dapat memberikan tambahan informasi serta pandangan yang lebih mendalam untuk penelitian berikutnya.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan seluruh simpulan dari proses penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa dominasi responden pada kedua variabel adalah setuju dan sangat setuju. Kiranya hal ini menjadi acuan bagi Life Of Shushu untuk terus mempertahankan strategi dan teknik pengolahan media sosial khususnya Instagram. Namun ada beberapa pernyataan pada variabel *social media marketing* yang didominasi dengan jawaban sangat tidak setuju,



kiranya hal ini dapat menjadi saran bagi Life Of Shushu agar dapat membuat strategi baru yang dapat meningkatkan *feedback* baik dan berpengaruh positif pada *brand* Life Of Shushu. Misalnya seperti mengunggah gambar di feed Instagram dengan intensitas yang sama seringnya dengan *story*, sehingga para pengguna Instagram dapat terus mengikuti perkembangan dari feed maupun *story* Life Of Shushu.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA