

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini, memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan dari variabel *social media marketing* (X) yang dilakukan oleh akun Instagram @Billionairesproject terhadap variabel keputusan pembelian (Y) (Survei pada *followers* Instagram @Billionairesproject). Untuk mengetahui pengaruh yang dihasilkan dari variabel X dan Y tersebut. Kuesioner disebarakan kepada 400 responden yang memiliki kriteria yang telah ditentukan dalam penelitian ini. Kemudian, hasil data responden yang telah didapatkan akan diolah dengan program bantuan SPSS versi 26 untuk dianalisa menggunakan alat-alat analisis statistik untuk mengetahui hasil dari data responden yang telah diperoleh dan menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji Hipotesis, diketahui bahwa terdapat pengaruh antara variabel *social media marketing* @Billionairesproject terhadap variabel keputusan pembelian.
2. Dalam uji regresi linear sederhana, diketahui besar pengaruh dari *social media marketing* @Billionairesproject adalah sebesar 29,4% terhadap keputusan pembelian. Sementara, 69,6% merupakan pengaruh dari hasil lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Misalnya seperti aktivitas promosi penjualan atau pengaruh dari *owner* Arief Muhammad sebagai seorang *influencer* yang tidak dibahas dalam penelitian ini.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel *social media marketing* terhadap variabel keputusan pembelian. Hal ini diketahui dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Selain itu, hubungan antar variabel X dan Y memiliki hubungan yang sedang diketahui dengan melihat nilai koefisien

korelasi yang dihasilkan sebesar 0,543 karena nilai yang dihasilkan berada diantara baris interval 0,400-0,599.

Maka dari hasil analisa yang telah dilakukan dalam penelitian ini. Dapat ditarik intisarynya bahwa H0 diterima dan H1 ditolak. Dengan demikian, maka terdapat pengaruh yang signifikan diantara variabel *social media marketing* (X) yang dilakukan oleh akun Instagram @Billionairesproject terhadap keputusan pembelian (Y) dalam (survei pada *followers* Instagram @Billionairesproject).

5.2 Saran

Adapun saran dalam penelitian ini akan terbagi menjadi dua, saran akademis dan saran praktis. Berikut ialah saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini.

5.2.1 Saran Akademis

Dalam hal akademis, dalam penelitian ini sadar bahwa masih banyak kekurangan baik dari segi penulisan, analisa, serta informasi yang ada dalam penelitian ini. Oleh karena itu, setelah diketahui bahwa hasil pengaruh yang dimiliki variabel *social media marketing* dalam penelitian ini adalah 29,4% terhadap keputusan pembelian. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya. Untuk menganalisa pengaruh lain diluar dari *social media marketing*. Misalnya, seperti pengaruh *owner* dari Billionaires Project yaitu Arief Muhammad sebagai seorang *influencer* apakah memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian *followers* akun Instagram @Billionairesproject terhadap produk dari Billionaires Project ataupun melihat dari variabel *brand equity* karena kesan eksklusif yang dimiliki oleh produk Billionaires Project yang dijual hanya terbatas dan tidak akan diproduksi ulang.

Sehingga dalam objek penelitian ini memiliki sudut pandang lain yang dapat diketahui diluar dari variabel *social media marketing* yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dari pengikut akun Instagram @Billionairesproject terhadap variabel keputusan pembelian.

5.2.2 Saran Praktis

Melihat hasil pengolahan data dalam penelitian yang telah dilakukan, maka muncul beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan oleh merek Billionaires Project, sebagai berikut:

Tabel 5. 1 Saran Praktis

No	Besar Pengaruh	Saran	Cara
1	<i>Content Creation</i>	Ditingkatkan & Dipertahankan	1. Membuat konten-konten yang menarik dan berkaitan dengan produk sehingga membuat konsumen secara tidak langsung mendorong konsumen untuk melakukan pembelian.
2	<i>Content Sharing</i>	Dipertahankan	1. Pertahankan <i>update</i> konten-konten yang memberikan informasi mengenai produk yang akan <i>dilaunching</i> karena merupakan bentuk penyampaian pesan dalam konten, sehingga pesan informatif mengenai produk Billionaires Project dapat diterima dengan baik oleh konsumen.
3	<i>Connecting</i>	Diperbaiki	1. <i>Admin</i> akun Instagram @Billionairesproject harus cekatan dan harus bisa memenuhi setiap pertanyaan pengikut akun Instagram @Billionairesproject mengenai hal-hal yang berkaitan terhadap produk Billionaires Project
4.	<i>Community Building</i>	Dipertahankan & Ditingkatkan	1. Membuat <i>interactive</i> konten lain selain membuka sesi tanya jawab di Instagram <i>story</i> , misalnya seperti mengadakan bagaimana memadupadankan produk Billionaires Project

			untuk digunakan untuk berpakaian sehari-hari.
--	--	--	--

Penjelasan pada tabel 5.1 di atas, merupakan rangkuman seluruh saran yang diberikan dalam penelitian ini yang nantinya dapat dijadikan bahan pertimbangan dan masukan oleh pihak Billionaires Project dalam meningkatkan aktivitas variabel *social media marketing* pada akun Instagram @Billionairesproject sehingga dapat mengembangkan bisnis *clothing line* lebih baik lagi kedepannya.