BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan perhitungan serta pembahasan mengenai Pengaruh Promosi Melalui Akun Instagram @Alfamidi_Ku Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Luwuk Kabupaten Banggai, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara Pesan Promosi Melalui Akun Instagram @alfamidi_ku Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Luwuk Kabupaten Banggai. Hal tersebut ditujukkan dengan hasil uji hipotesis bahwa Ha diterima. Artinya Pesan Promosi yang disampaikan melalui akun instagram @alfamidi_ku yang dikemas dalam bentuk pesan promosi yang menarik, membujuk, serta mengingatkan konsumen
2. Hasil analisa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara Media Promosi Melalui Akun Instagram @alfamidi_ku Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Luwuk Kabupaten Banggai. Hal tersebut ditujukkan dengan hasil uji hipotesis bahwa Ha diterima. Artinya pemilihan saluran Media Promosi dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen
3. Hasil analisa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara Waktu Promosi Melalui Akun Instagram @alfamidi_ku Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Luwuk Kabupaten Banggai. Hal

tersebut ditujukkan dengan hasil uji hipotesis bahwa Ha diterima. Artinya Waktu Promosi melalui akun instagram @alfamidi_ku dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dengan melihat konsumen yang selalu mengakses akun @alfamidi_ku untuk mencari waktu atau durasi promosi yang sedang berlangsung.

4. Hasil analisa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara Frekuensi Promosi Melalui Akun Instagram @alfamidi_ku Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Luwuk Kabupaten Banggai. Hal tersebut ditujukkan dengan hasil uji hipotesis bahwa Ha diterima. Artinya Frekuensi Promosi melalui akun instagram @alfamidi_ku berrhasil dilakukan dengan jumlah iklan yang ditayangkan akun instagram @alfamidi_ku dapat menarik konsumen melakukan keputusan pembelian
5. Hasil analisa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara Promosi Melalui Akun Instagram @alfamidi_ku Terhadap Pengenalan Kebutuhan Konsumen di Luwuk Kabupaten Banggai. Hal tersebut ditujukkan dengan hasil uji hipotesis bahwa Ha diterima. Artinya konsumen di Luwuk Kabupaten Banggai melakukan proses pembelian oleh konsumen tidak hanya dilihat dari promosi yang terdapat pada instagramnya saja tetapi pengenalan kebutuhan juga dipicu oleh rangsangan internal seperti rasa haus atau lapar sehingga menjadi dorongan untuk melakukan pembelian tanpa promosi pada produk yang di butuhkan.

6. Hasil analisa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara Promosi Melalui Akun Instagram @alfamidi_ku Terhadap Pencarian Informasi Konsumen di Luwuk Kabupaten Banggai. Hal tersebut ditujukkan dengan hasil uji hipotesis bahwa Ha diterima. Artinya konsumen di Luwuk Kabupaten Banggai melakukan pencarian informasi terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian di Alfamidi Luwuk dan mengikuti (*follow)* akun @alfamidi_ku agar tidak ketinggalan informasi
7. Hasil analisa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara Promosi Melalui Akun Instagram @alfamidi_ku Terhadap Evaluasi alternatif Konsumen di Luwuk Kabupaten Banggai. Hal tersebut ditujukkan dengan hasil uji hipotesis bahwa Ha diterima. Artinya konsumen di Luwuk Kabupaten Banggai menggunakan informasi mengenai promosi yang didapatkan pada akun instagram @alfamidi_ku lalu memutuskan pembelian.
8. Hasil analisa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara Promosi Melalui Akun Instagram @alfamidi_ku Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Luwuk Kabupaten Banggai. Hal tersebut ditujukkan dengan hasil uji hipotesis bahwa Ha diterima. Artinya konsumen di Luwuk Kabupaten Banggai direkomendasikan oleh orang lain melalui instagram dan membentuk niat dan tertarik melakukan pembelian.

9. Hasil analisa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara Promosi Melalui Akun Instagram @alfamidi_ku Terhadap Perilaku Pasca Pembelian Konsumen di Luwuk Kabupaten Banggai. Hal tersebut ditujukkan dengan hasil uji hipotesis bahwa Ha diterima. Artinya konsumen di Luwuk Kabupaten Banggai melakukan pembelian kembali di Alfamidi Luwuk berdasarkan kepuasan dan ketidakpuasan pelayanan kepada konsumen.
10. Hasil Analisa terdapat pengaruh yang sigifikan dan postif antara Promosi Melalui Akun Instagram @alfamidi_ku Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Luwuk Kabupaten Banggai. Hal tersebut ditujukkan dengan hasil uji hipotesis bahwa Ha diterima. Artinya, hal ini menunjukkah bahwa Promosi Melalui Akun Instagram @alfamidi_ku mampu menarik Keputusan Pembelian Konsumen di Luwuk Kabupaten Banggai. Besar pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian 46% dan besar pengaruh faktor lainnya sebesar 54%. Besar pengaruh faktor lain keputusan pembelian tidak hanya dari promosi saja melainkan dari faktor lain seperti faktor kebutuhan, faktor keuangan dan lain sebagainya yang memicu keputusan pembelian konsumen tanpa promosi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan mengenai Pengaruh Promosi Melalui Akun Instagram @alfamidi_ku Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Luwuk Kabupaten Banggai, peneliti akan memberikan saran-saran yang peneliti harapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak. Adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan Alfamidi dengan akun instagramnya yaitu @alfamidi_ku mampu mempertahankan serta meningkatkan kualitas konten yang terdapat promosi didalamnya yang dapat mempengaruhi pengikut (*followers)* salah satunya *followers* yang berada di Luwuk Kabupaten Banggai.
2. Alfamidi Luwuk mampu mempertahankan pelayanannya kepada konsumen agar selalu mendaptkan perilaku pasca pembelian dari konsumen yang positif.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lainnya yang diduga dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen sehingga dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lainnya dalam meneliti promosi melalui media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen.