

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Sesuai dengan tujuan penelitian dan pembahasan berdasarkan data yang didapat dan diolah dengan menggunakan SPSS mengenai pengaruh daya tarik iklan Point Coffee di Instagram terhadap keputusan pembelian, maka peneliti menyimpulkan:

1. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa variabel independent, yaitu Pengaruh daya tarik iklan mempunyai pengaruh yang signifikan yakni 4.541. (dari hasil Uji T) terhadap variabel dependent, yaitu keputusan pembelian.
2. Terdapat pengaruh daya tarik iklan Point Coffee di Instagram terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan pengujian koefisien determinasi, dimana terdapat pengaruh pengaruh daya tarik iklan Point Coffee di Instagram terhadap keputusan pembelian sebesar 17.4%, sedangkan sisanya 82,6% ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti penulis.

5.2 Saran

Dalam penelitian yang berjudul ” Pengaruh Daya Tarik Iklan Point Coffee Di Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian” ini, peneliti memberikan saran, berupa:

1. Berdasarkan hasil uji Koefisien Determinasi, diketahui bahwa media sosial Instagram memiliki pengaruh yang besar terhadap keputusan pembelian pengguna . Oleh karena itu, Point Coffee diharapkan dapat meningkatkan kualitas iklan di Instagram .
2. Point Coffee diharapkan dapat memberikan inovasi baru dalam mengiklankan produk mereka melalui Instagram sehingga pengunjung selalu tertarik dengan produk yang mereka pasarkan.
3. Perlu dilakukan penelitian lanjutan untuk mengetahui faktor-faktor lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.