

## BAB V

### PENUTUP

Dalam bab ini peneliti menguraikan kesimpulan dan memberikan beberapa saran terkait dengan hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh Promosi *Boxset* “Salam Indonesia” di *Instagram* terhadap keputusan pembelian konsumen” (studi pada group band indie Endank Soekamti).

#### 5.1 Kesimpulan

Sesuai dengan tujuan penelitian dan pembahasan yang didapat dari hasil; penyebaran kuesioner dan kemudian diolah menggunakan SPSS 23, maka peneliti dapat menyimpulkan:

1. Karakteristik responden yang berjumlah 100 orang terdiri dari 67 laki-laki dan 33 perempuan yang merupakan *followers* akun Instagram @endanksoekamti. Pada umumnya responden berusia 19-30 tahun dengan dominan anggota fans base 75% dan yang tidak termasuk kedalam anggota fansbase 25%, serta seluruh responden yang telah membeli *Boxset* “Salam Indonesia”.
2. Dari hasil perhitungan korelasi antara kedua variabel, dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi  $r$  yaitu 0,575. Nilai tersebut menyatakan hubungan yang “Sedang” karena terletak diantara interval 0,400 - 0,599. Dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel X (Promosi) dengan variabel Y (Keputusan Pembelian) memiliki hubungan yang sedang.
3. Dari perhitungan uji koefisien determinasi yang digunakan untuk mengukur seberapa besar Pengaruh Promosi *Boxset* “Salam Indonesia” terhadap keputusan pembelian konsumen survey pada followers @endanksoekamti didapat hasil 33,0%. Dapat disimpulkan bahwa 33,0% Keputusan pembelian adalah kontribusi dari Promosi *Boxset* “Salam Indonesia” yang di lakukan di

*instagram* oleh Endank Soekamti. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak masuk dalam penelitian.

4. Pada pengujian hipotesis, perhitungan uji T menyatakan hasil bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal tersebut didapat dari hasil 8,495 yang lebih besar dari  $t$  tabel 1,660. Artinya adanya pengaruh variable X (Promosi *Boxset* “Salam Indonesia” yang di lakukan di *instagram* oleh Endank Soekamti) terhadap variable Y (Keputusan Pembelian).
5. Promosi *Boxset* “Salam Indonesia” yang dilakukan oleh Endank Soekamti di *instagram* ternyata mampu mempengaruhi *followers* (konsumen) untuk membelinya *Boxset* “Salam Indonesia”. Hal ini berarti Erix dkk memiliki potensi untuk mengairahkan kembali industri musik di Indonesia dalam hal penujalan karya berbentuk rilisan fisik.

## 5.2 Saran

Pada penelitian yang telah dilakukan dengan judul “Pengaruh Promosi *Boxset* “Salam Indonesia” di *Instagram* terhadap keputusan pembelian konsumen” (Studi Pada Group Band Indie Endank Soekamti), maka peneliti memberikan saran yaitu:

1. **Akademis**, dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan ilmu teknologi sehingga meningkatnya keingintahuan para mahasiswa terhadap pengaruh yang timbul di masyarakat. Pada saat ini, mahasiswa sedang tertarik dengan digital Marketing. Maka dari itu, diharapkan sebagai musisi tanah air, group band indie Endank Soekamti dapat membagikan ilmunya kepada teman-teman mahasiswa, terlebih mahasiswa UPN “Veteran” Jakarta. Adapun harapan penulis untuk penelitian lebih lanjut mengenai *DOES University* dan Trip Salam Indonesia yang di inisiasi oleh Endank Soekamti juga mempengaruhi keputusan pembelian *Boxset* Album Salam Indonesia ini.

## 2. **Praktis**

- a. Endank Soekamti diharapkan untuk menambah lagi jangkauan media promosi album rilisan fisiknya agar penjualannya pun semakin banyak.
- b. Turut juga membantu musisi musisi yang baru dalam mempromosikan dan menjual karyanya, baik dalam dukungan ilmu, materil, maupun moril.
- c. Tetap Konsisten dalam strategi promosi *Boxset* yang seperti ini agar industry musik Indonesia dapat seimbang antara rilisan digital namun juga tetap berjaya pada rilisan Fisik.
- d. Tetap menjaga dan melestarikan budaya Indonesia lewat karya-karya yang mengesankan.
- e. Turut serta membantu masyarakat Indonesia agar dapat Mandiri dalam berkerja dan Merdeka dalam berkarya.

