

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Strategi Foto Produk dan Copywriting pada Pembelian di Media Sosial (Facebook). Berdasarkan dari hasil uji yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1) Strategi Foto Produk secara parsial berpengaruh terhadap Pembelian di Media Sosial (Facebook). Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0.001 < 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa strategi foto produk berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian di media sosial facebook.
- 2) Copywriting pada Pembelian di Media Sosial (Facebook). Pada variabel Copywriting tidak mempunyai pengaruh secara signifikan, berdasarkan dari uji yang telah dilakukan menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel Copywriting sebesar $0.010 < 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa Copywriting berpengaruh secara signifikan terhadap Pembelian Di Media Sosial Facebook.
- 3) Strategi Foto Produk, Copywriting pada Pembelian di Media Sosial (Facebook). Secara simultan kedua variabel tersebut berpengaruh secara bersama-sama terhadap pembelian di media sosial (Facebook). Hal ini dibuktikan dengan hasil yang diperoleh dengan nilai sebesar $0.001 < 0.05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Strategi Foto Produk dan Copywriting secara bersamaan atau simultan berpengaruh terhadap Pembelian di Media Sosial Facebook.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan penelitian yang telah dilakukan. Peneliti ingin mengemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi dunia pendidikan pada umumnya. Adapun saran dari peneliti sebagai berikut :

- 1) Hendaknya peneliti selanjutnya memperdalam ilmu mengenai variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi pembelian di media sosial khususnya facebook. dalam melakukan penelitian yang sejenis. Dikarenakan masih ada variabel lain sebanyak 54,6%.
- 2) Hendaknya peneliti selanjutnya bisa mengembangkan ruang lingkup penelitian, dikarenakan penelitian yang telah dilakukan ini belum sepenuhnya bisa menjadi acuan pada pembelian di media sosial facebook. Serta dalam proses pengumpulan data hendaknya menggunakan teknik yang diperkirakan mampu menghasilkan data yang lebih optimal.

