

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 KESIMPULAN**

Dari data di atas maka dapat disimpulkan:

1. Dari Uji Regresi Linear Sederhana diketahui nilai signifikan  $0.000 (< 0.05)$  maka berkesimpulan Media sosial Marketing berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
2. Dari Uji Regresi Linear Sederhana didapatkan data R Square sebesar  $0.075$  sehingga dapat disimpulkan Media sosial Marketing berpengaruh sebesar  $75%$  terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan sisanya sebesar  $25%$  didapat dari pengaruh variabel lainnya.

#### **5.2 SARAN**

Dapat disimpulkan bahwa media sosial marketing berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dari sini penulis bisa menyarankan peneliti lain untuk meneliti variabel lainnya. Selain itu saran dari penulis peneliti lain bisa meneliti dimensi sosial media marketing selain koneksi. Saran yang diberikan kepada tempat peneliti adalah dengan adanya hasil yang signifikan diharapkan Indi Catering bisa meningkatkan pemasaran media sosial dengan cara meningkatkan strategi media sosial. Saran dari penulis untuk akademisi adalah penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan untuk pembelajaran atau penelitian selanjutnya.