

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil Output analisis , 3 tabel penting yang di gunakan sebagai dasar pengambilan keputusan apakah variabel Klik(X1) dan Jangkauan(X2) berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel (Y) atau Visitor sebagai variabel *independent*.

Model Summary, memberikan informasi tentang nilai koefisien determinasi, yaitu kontribusi pengaruh variabel Klik dan Jangkauan secara bersama-sama terhadap variabel Visitor, dengan diketahui nilai determinasi atau R square adalah 0,984 yang berasal dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi atau “R”, yaitu  $0,992 \times 0,992 = 0,984$ . Besarnya angka koefisien determinasi sama dnegan 98,4% yang berarti variabel Klik(X1) dan variabel Jangkauan(X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Visitor (Y) sebesar 98,4%. Sedangkan sisanya ( $100\% - 98,4\% = 1,6\%$ ) dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi atau variabel yang tidak di teliti.

ANOVA, memberikan informasi ada tidaknya pengaruh variabel Klik dan Jangkauan secara simultan terhadap variabel Visitor, berdasarkan Output ANOVA pada gambar 4.1.4.2 Perbandingan Nilai F hitung dengan F tabel adalah  $60,461 > 9,28$  (F tabel didapat dari distribusi nilai r tabel statistik pada signifikansi 5%) maka berdasarkan dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat di simpulkan bahwa Klik(X1) dan Jangkauan(X2) secara simultan berpengaruh terhadap Visitor(Y).

Dengan ringkasan hasil analisis regresi berganda seperti gambar di bawah ini.

**Ringkasan Analisis Regresi Multiples(Berganda)<sup>a</sup>**

VARIABEL	Koefisien Regresi		t hitung	Sig.
1	Konstanta	21.178		
	Klik X1	.156	3.325	.080
	Jangkauan iklan X2	.000	.163	.885

a. F hitung =60.461  
R Square=0,984

**Gambar 5.1.1 Ringkasan Analisis Regresi Berganda**

Dapat ditarik Kesimpulan bahwa kontribusi variabel Klik(X1) dan Jangkauan(X2) adalah 98,4% dan variabel X1 dengan variabel X2 berpengaruh terhadap variabel peningkatan Visitor(Y) pada Website Masando intitama menggunakan Facebook Ads.



**Gambar 5.1.2 Data Pengunjung Website Setelah Memakai Facebook**

**Ads**

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis Analisis Pengaruh Penggunaan Facebook Ads Untuk Meningkatkan Pengunjung Website Masando Intitama Menggunakan Metode Regresi Linear Berganda terdapat beberapa saran diantaranya sebagai berikut:

1. Variabel yang digunakan sebagai Variabel X adalah 2 variabel dari sekian banyak variabel yang ada saat melakukan analisis. Saran peneliti agar di penelitian selanjutnya menganalisis variabel lain yang berpengaruh dalam pengunjung *Website*.
2. Analisis yang dilakukan peneliti terbatas biaya, sehingga tidak dapat menggunakan variabel lain. Saran peneliti di penelitian selanjutnya dapat menganggarkan biaya yang melebihi biaya peneliti saat ini.

