

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Penggunaan promosi melalui media sosial Instagram pada GJP Store Palembang termasuk dalam kategori sangat baik. Hal ini ditunjukkan dengan nilai hasil rata-rata skor yang diperoleh dari responden konsumen.
- b. Variabel Promosi Online (X) berpengaruh positif dan signifikan, maka dapat disimpulkan Variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan Pembelian (Y).
- c. Jika promosi online semakin meningkat maka keputusan pembelian juga akan meningkat, sebaliknya jika promosi online semakin menurun maka keputusan pembelian konsumen juga akan menurun.

5.2 Saran

- a. Bagi pihak diharapkan agar promosi yang dilakukan dapat dipertahankan demi meningkatkan penjualan yang diinginkan oleh perusahaan.
- b. Pada hasil penelitian menunjukkan terdapat 32,8% minat beli konsumen dipengaruhi oleh faktor lain, maka untuk peneliti selanjutnya dapat meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen pada produk parfume di GJP Store atau dapat melakukan penelitian di tempat lain.

- c. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk menggunakan variabel yang lebih banyak dan menarik dari penelitian ini.