

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Peneliti akan menggambarkan beberapa kesimpulan dari pembahasan yang sudah dilakukan. Dari keseluruhan penelitian ini dapat ditarik kesimpulannya berdasarkan hasil analisis bahwa Facebook, Instagram, dan Tiktok berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Erigo. Adanya pengaruh positif dan signifikan dari Facebook, Instagram, dan Tiktok terhadap keputusan pembelian produk Erigo. Untuk kesimpulan lebih khususnya seperti dibawah berikut:

1. Variabel Facebook secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Erigo. Dengan mempunyai nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,613 > 1,984$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil ini dibuktikan berdasarkan hasil analisis uji t pada aplikasi *SPSS versi 16*. Berdasarkan analisa pengujian secara keseluruhan variabel Facebook mempunyai nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,613 untuk nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,984.
2. Variabel Instagram secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Erigo. Dengan mempunyai nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,344 > 1,984$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0,021. Hasil ini dibuktikan berdasarkan hasil analisis uji t pada aplikasi *SPSS versi 16*.
3. Variabel Tiktok secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Erigo. Dengan mempunyai nilai

$t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,870 > 1,984$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0,005. Hasil ini dibuktikan berdasarkan hasil analisis uji t pada aplikasi *SPSS versi 16*.

4. Variabel Facebook (X1), Instagram (X2), dan Tiktok (X3) berpengaruh nyata terhadap keputusan pembelian (Y) produk Erigo. Dengan mempunyai nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $26,920 > 2,700$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil ini dibuktikan berdasarkan hasil analisis uji statistik F.
5. Angka *adjusted R square* sebesar 0,457 atau (45,7%) mengartikan bahwa variabel bebas (Facebook, Instagram, dan Tiktok) memberikan sumbangan presentase pengaruh terhadap variabel tetap (keputusan pembelian) produk Erigo.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang sudah dijabarkan dalam proposal ini maka peneliti dapat memberikan dan menyampaikan saran Dalam akhir propossal ini. Peneliti akan menggambarkan beberapa kesimpulan dari pembahasan yang sudah dilakukan. Dengan tujuan memberikan manfaat kepada pihak – pihak yang bersangkutan dengan penelitian ini. Adapun saran – saran yang disampaikan peneliti sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan keputusan pembelian produk Erigo, maka Tindakan yang harus dilakukan adalah meningkatkan atau lebih memanfaatkan fitur-fitur yang ada pada Facebook, Instagram, dan Tiktok menjadi lebih baik lagi. Hal ini dibuktikan dalam hasil analisis penelitian ini bahwa Facebook, Instagram, dan Tiktok berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Erigo.

2. Untuk penelitian selanjutnya agar memperoleh hasil yang baik, maka perlu untuk melakukan pengujian terhadap faktor – faktor lainnya yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Erigo.
3. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.
4. Untuk penelitian selanjutnya bisa meneliti variabel bebas seperti marketplace, *offline store*, dan lain sebagainya yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Erigo.