

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

1. Media Sosial Instagram memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Volume Penjualan di PT. DMC Dinamika Megatama Citra
2. Minat Beli memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Volume Penjualan di PT. DMC
3. Perilaku Konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Volume Penjualan di PT. DMC Dinamika Megatama Citra
4. Media Sosial Instagram, minat beli, perilaku konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Volume Penjualan secara simultan di PT. DMC Dinamika Megatama Citra

## 5.2 Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah menggali lebih dalam faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap volume penjualan, seperti efektivitas iklan online, persepsi harga, atau kualitas produk dan layanan. Selain itu, penelitian selanjutnya bisa mengkaji pengaruh media sosial lain seperti Facebook, Twitter, atau LinkedIn, menggunakan metode kualitatif untuk insight yang lebih mendalam, dan mempelajari potensi pengaruh negatif dari media sosial, seperti dampak negatif dari ulasan buruk atau tanggapan negatif terhadap iklan online. Untuk PT DMC (Dinamika Megatama Citra), disarankan untuk terus mengoptimalkan penggunaan media sosial Instagram untuk kegiatan pemasaran dan promosi, karena terbukti berpengaruh positif terhadap volume penjualan. Selain itu, perusahaan harus meningkatkan minat beli konsumen, memahami dan menganalisis perilaku konsumen untuk menyesuaikan strategi pemasaran dan penjualan, dan melakukan evaluasi berkala terhadap strategi pemasaran yang diterapkan untuk memastikan efektivitasnya dalam meningkatkan volume penjualan.