

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada variabel X yaitu Akun Instagram sebagian besar responden menjawab sangat setuju. Sedangkan dimensi paling banyak memperoleh jawaban sangat setuju adalah dimensi IG TV dengan isi pertanyaan” postingan video pada fitur Instagram Tv dapat menarik keputusan pembelian konsumen dalam memberikan update terbaru mengenai produk yamaha. Memiliki mean tertinggi yaitu 3,77 dengan jumlah sangat setuju 62, dan yang jawab setuju 21.
2. Pada variabel Y yakni keputusan pembelian sebagian besar responden menjawab sangat setuju. Sedangkan dimensi yang paling banyak memperoleh jawaban sangat setuju adalah dimensi evaluasi alternatif dengan isi pertanyaan” memutuskan untuk membeli Yamaha Nmax 155 karena hadiah dan diskon yang ditawarkan pada akun Instagram @Yamahaindonesia” dan memiliki nilai mean tertinggi 3,81 dengan sangat setuju 67 dan yang jawab setuju 16.
3. Terdapat pengaruh berdasarkan uji t antara akun Instagram @yamahaindonesia terhadap keputusan pembelian Yamaha Nmax 155 sebesar 0,463 atau 46,3% artinya akun Instagram @yamahaindonesia berpengaruh sedang terhadap keputusan pembelian Yamaha Nmax 155

2. Saran

1. Dari semua indikator yang diajukan dalam penelitian, terdapat indikator yang paling lemah dengan nilai rata-rata 3,51 pertanyaan ke 3, dimensi pengenalan masalah “Saya memilih Yamaha nmax

155 atas rekomendasi teman”. Maka diharapkan kedepannya akun @yamahaindonesia bisa lebih kreatif dan menarik dalam menyampaikan pesan

2. Dari semua indikator yang diajukan dalam penelitian, terhadap indikator yang paling lemah dengan nilai rata-rata yaitu pada pertanyaan ke 5 sebesar 3,51 dengan isi pertanyaan” saya memilih Yamaha Nmax karena atas rekomendasi teman saya”