

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari data dan pembahasan yang telah disampaikan sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Penggunaan sosial media marketing Brodo di instagram cukup baik. Hal ini dibuktikan dengan perolehan rata-rata tertinggi dengan nilai sebesar 3.163, kemudian pernyataan yang memiliki rata-rata tertinggi dengan nilai terbesar sebesar 3.56 yaitu “Konten Berupa Foto”. Dengan demikian Penggunaan *Social Media Marketing* Instagram @bro.do cukup aktif dan disukai oleh para followers @bro.do.
2. Pada penelitian ini yaitu *repurchase intention* memberikan hasil yang sama. Hal ini dibuktikan dengan perolehan rata-rata keseluruhan pernyataan 3.266, kemudian pernyataan yang memiliki rata-rata tertinggi dengan nilai sebesar 3.59 yaitu “Ketertarikan Terhadap Produk” dengan demikian *followers* akun instagram @bro.do yang sudah pernah membeli berminat untuk membeli kembali produk tersebut.
3. Terdapat pengaruh antara Penggunaan *social media marketing* instagram Brodo terhadap *repurchase intention* hal ini dibuktikan dengan nilai r yang diperoleh dari hasil perhitungan sebesar 0.806 dan nilai R Square 0.649, nilai tersebut menunjukkan bahwa *repurchase intention* dipengaruhi oleh *social media marketing* instagram sebesar 64,9% sisanya sebesar 35,1% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Selain itu, uji hipotesis pada penelitian ini menghasilkan nilai t hitung 11.463 dan t tabel 1.666 yang menunjukkan bahwa t hitung memiliki hasil yang lebih besar dari pada t tabel atau dengan penjelasan lain dapat

disimpulkan bahwa *social media marketing instagram* berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention* .

B. Saran

berdasarkan kesimpulan diatas maka dalam penelitian ini memberikan saran guna perbaikan untuk penelitian selanjutnya terutama berkaitan tentang penggunaan *social media marketing* instagram Brodo. Adapun saran dalam penelitian ini .

1. Dilihat dari mean terkecil pada variabel X yaitu pada pernyataan “Dengan melihat jumlah like pada foto dan video yang diunggah, saya yakin dengan produk Brodo” sebesar 2.97. Dengan ini diharapkan pihak Brodo dapat membuat pesan singkat pada konten instagram berupa video atau foto untuk memberikan like pada postingan Brodo dengan begitu dapat menarik komentar *followers* akun instagram Brodo itu sendiri.
2. Dilihat dari mean terkecil pada variabel Y, dimana ada pernyataan “Dengan membaca *caption* unggahan Brodo membuat saya berminat untuk membeli kembali” sebesar 3.01 dengan ini pihak Brodo diharapkan dapat membuat *caption* yang lebih menarik dan membuat *caption* dengan informasi yang konsumen butuhkan seperti detail harga ataupun bahan dari produk.
3. Saran Untuk Peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya, yaitu agar memperluas topic penelitian melalui variabel baru yang dapat dipengaruhi oleh *social media marketing* seperti brand awareness, keputusan pembelian, loyalitas pelanggan.