

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa :

1. *Sales Promotion*, *Interactivity* dan *Message* mampu mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 45,4%, sisanya sebesar 54,6% dijelaskan oleh variabel atau faktor lainnya.
2. *Sales Promotion*, *Iinteractivity*, dan *Message* secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. *Sales Promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. *Interactivity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
5. *Message* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

THE
Character Building
UNIVERSITY

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini maka ditarik kesimpulan :

1. Bagi pengusaha pisang pasir wais agar meningkatkan *sales promotion* di aplikasi online dan media sosial seperti *instagram*, dan *facebook* untuk lebih meningkatkan penjualan. Dikarenakan banyak para pengguna media sosial yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana mencari kebutuhan yang mereka inginkan.
2. Bagi peneliti lainnya, agar peneliti selanjutnya lebih dalam mencari teori-teori yang mendukung penelitian ini

Peneliti selanjutnya agar menambah jumlah variabel keputusan pembelian, agar dapat diketahui lebih banyak lagi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.