

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengujian dan pembahasan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. *Influencer marketing* dan *Social Media Marketing* berpengaruh secara simultan yang signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Pengaruh parsial antara *Influencer Marketing* dan *Social Media Marketing* terhadap keputusan pembelian pada café Teanol cabang Jelutung Kota Jambi.
 - a. *Influencer Marketing* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pemilihan influencer maka akan membantu konsumen untuk melakukan keputusan pembelian pada café Teanol cabang Jelutung Kota Jambi
 - b. *Social Media Marketing* berpengaruh secara positif dan signifikan dalam keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan semakin baik promosi yang dilakukan dengan menggunakan social media maka akan membantu konsumen untuk melakukan keputusan pembelian pada Teanol cabang Jelutung Kota Jambi
 - c. Variabel yang paling berpengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian pada café Teanol cabang Jelutung Kota Jambi adalah *Influencer Marketing*

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, penulis memberikan saran bahasan sebagai berikut :

1. Saran Akademis
Untuk Peneliti berikutnya yang melakukan penelitian sejenis, diharapkan agar dapat memasukkan variasi dalam variabel yang digunakan dan lokasi penelitian lebih diperbesar lingkungannya. Sehingga

dapat mengetahui variabel lain yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian.

2. Saran Praktis

Dari hasil penelitian ini beberapa saran disampaikan kepada pihak Café Teanol Cabang Jelutung Kota Jambi, diharapkan dapat meningkatkan dan memilih *Influencer* dengan akun social media yang lebih banyak agar meningkatkan keputusan pembelian konsumen, teanol juga diharapkan dapat mendorong konsumen agar membagikan postingan- postingan produk pada café teanol agar lebih banyak yang mengetahui akan postingan tersebut, dan teanol diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen agar memiliki pengalaman yang baik dan akan membuat konsumen menceritakan pengalamannya terhadap calon konsumen berikutnya sehingga terjadi keputusan pembelian.