



## BAB V

### PENUTUP



Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

#### A. SIMPULAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 92 responden, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Promosi produk yang dilakukan Sephora Indonesia dalam Instagram terhadap keputusan pembelian di kalangan mahasiswi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie dinilai telah efektif. Hal tersebut dikarenakan mahasiswi sering menggunakan Instagram sebagai sarana atau sumber informasi ketika mereka hendak melakukan pembelian produk Sephora Indonesia. Promosi produk yang dilakukan Sephora Indonesia efektif dapat memodifikasi tingkah laku mereka, memberitahu, membujuk dan mengevaluasi alternatif yang pada akhirnya tindakan tersebut mempengaruhi perilaku mereka dalam keputusan pembelian.
2. Terdapat hubungan positif atau efektif yang bersifat cukup kuat antara promosi produk Sephora Indonesia dalam Instagram terhadap keputusan pembelian di kalangan mahasiswi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Dapat diketahui koefisien korelasi yang diperoleh sebesar 0,749 atau 74,9% kemudian dilihat dari nilai signifikasinya diperoleh nilai sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ). Hubungan yang positif artinya jika variabel promosi produk Sephora Indonesia dalam Instagram ditingkatkan maka akan diikuti oleh peningkatan keputusan pembelian.
3. Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat efektivitas promosi produk yang Sephora Indonesia dalam Instagram terhadap keputusan pembelian di kalangan mahasiswi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Hal ini berarti

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



mendukung hipotesis awal dan mempertegas dari hasil penelitian dimana H1 dapat dibuktikan.



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## B. Saran

### 1. Saran Akademis

Penelitian ini bagi mahasiswa/i Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan menggunakan perkembangan media sosial untuk melakukan promosi produk. Topik yang diangkat peneliti mengenai media sosial Instagram yang merupakan salah satu pengetahuan dalam teknologi komunikasi yang dapat dimanfaatkan untuk melakukan kegiatan perusahaan.

Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan melakukan peneliti dapat berpikir lebih terbuka dan melakukan penelitian lebih mendalam sehingga menambah wawasan yang lebih luas. Bila adanya peneliti selanjutnya yang meneliti berhubungan dengan keputusan pembelian dapat menggunakan konsep lain selain proses pengambilan keputusan. Serta dapat melakukan penelitian kuantitatif secara eksplanatif dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling*.

### 2. Saran Praktis

Pada variabel promosi terdapat rata-rata yang paling rendah dalam dimensi memberitahu. Oleh karena itu, dalam akun Instagram Sephora Indonesia harus lebih aktif dan memberikan informasi yang lebih spesifik tentang produk maupun berbagai informasi lainnya. Hal tersebut agar konsumen dapat menerima informasi lebih lengkap tentang Sephora Indonesia. Agar promosi yang dilakukan mendapatkan hasil yang maksimal dan lebih baik, maka Sephora Indonesia dapat melakukan kegiatan promosi dengan menggunakan berbagai media sosial lainnya selain Instagram.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.