

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pembahasan variabel Pengaruh Social media Marketing, *Word Of Mouth* terhadap keputusan pembelian. Dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Social media Marketing berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian
2. *Word Of Mouth* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
3. Secara bersama-sama semua variabel independent (*Social media Marketing, Word Of Mouth*) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

b. Saran

berdasarkan kesimpulan dapat disarankan sebagai berikut :

1. Pihak *Mel's Homemade Food & Dessert* disarankan untuk lebih gemar dalam memasarkan produknya dikarenakan banyak konsumen yang menggunakan social media dalam hal berbelanja kemudian akan membuat konsumen merasa nyaman Ketika berbelanja kempalng tersebut.
2. *Word Of Mouth* segala Upaya yang dirasakan oleh konsumen dalam hal menceritakan pengalamannya tentang produk atau jasa tersebut kepada orang lain sehingga secara tidak langsung konsumen tersebut telah melakukan promosi yang menarik minat konsumen lain
3. Pihak *Mel's Homemade Food & Dessert* dapat promosi dalam berjualan di social media dikarenakan agar produk dari *Mel's Homemade Food & Dessert* bisa dikenal oleh konsumen yang luas sehingga konsumen dapat membeli produk tersebut dan membagikan pengalamannya secara *Word Of Mouth* kepada konsumen lain.
4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat melakukan penelitian lebih dalam dan luas mengenai permasalahan pemahaman variable terhadap keputusan pembelian konsumen dengan sampel yang lebih besar dan menambah variable-variable lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen