

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan mengenai pengaruh penggunaan iklan di instagram terhadap minat beli konsumen (studi kasus pada mahasiswa DIII Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya), maka kesimpulan yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Regresi Iklan bernilai positif sebesar 0,570 yang mempunyai arti iklan berpengaruh positif terhadap minat beli dimana jika terjadi kenaikan terhadap iklan sebesar satu satuan maka minat beli konsumen akan meningkat.
2. Iklan di instagram berpengaruh sebesar 0,500 terhadap minat beli konsumen dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### **5.2 Saran**

Setelah menyelesaikan penulisan Laporan Akhir ini penulis ingin memberikan beberapa saran:

1. Bagi para pelaku bisnis yang ingin mengiklankan produknya, iklan di media sosial instagram bisa menjadi salah satu pertimbangan yang baik sebagai media untuk menarik konsumen di bandingkan media lain seperti, youtube, whatsapp, twitter, dan facebook.
2. Untuk penelitian selanjutnya bisa menambahkan variabel yang tidak terdapat dalam penelitian ini agar bisa membandingkan tingkat pengaruhnya dengan variabel lain dan mengembangkan penelitian yang lebih mendalam.