

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan:

1. *Social Media Marketing* berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk mengikuti kursus di Magenta Language Academy Palembang.
2. Pengaruh yang didapat dari *social media marketing* terhadap keputusan mengikuti kursus adalah sebesar 82,8% dan sisanya sebesar 17,2% dipengaruhi faktor lain seperti fasilitas yang tersedia, kurikulum yang relevan dan kualitas pengajar yang mana tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dibuat, maka saran yang dapat penulis berikan yaitu:

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen mengikuti kursus di *Magenta Language Academy* Palembang.
2. Berdasarkan tanggapan responden mengenai pengaruh *Social media marketing* terhadap keputusan mengikuti kursus, Magenta dapat meningkatkan pengaruh dari *Social media marketing* yang telah dilakukan dengan cara berkolaborasi dengan *Influencer* yang memiliki banyak pengikut sehingga dapat meningkatkan minat konsumen. Serta Magenta juga dapat menggunakan fitur Instagram itu sendiri, yaitu fitur *Stories* dan *Live* di Instagram untuk berinteraksi secara real-time dengan konsumen.