

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.