

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel aktivitas sosial media berdampak signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa variabel promosi berdampak signifikan terhadap keputusan pembelian.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Didalam penelitian ini, terdapat beberapa kekurangan yang menjadikan hal tersebut menjadi keterbatasan penelitian, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk penelitian selanjutnya agar mendapatkan hasil yang lebih baik. Keterbatasan pada penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Terbatasnya responden dimana dalam penelitian ini hanya 96 generasi Z dan Pada penelitian sebelumnya tidak banyak yang berfokus pada generasi Z terutama di *platform digital* *voila.id*, sehingga peneliti kesulitan mendapatkan refrensi.
2. Terbatasnya variable penelitian, dimana dalam penelitian ini hanya ada dua variable bebas dan satu variable terikat.
3. Terbatasnya metode penelitian yang dalam penelitian ini masih cukup sederhana.

5.3 Saran

Dengan mempertimbangkan keterbatasan penelitian, peneliti dapat memberikan rekomendasi berikut kepada peneliti selanjutnya:

1. Untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat, peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan lebih banyak responden dan tidak hanya terfokus pada satu platform serta generasi Z.

2. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan variabel yang lebih baru dan jika memungkinkan, menggabungkan variabel yang belum pernah digunakan oleh peneliti sebelumnya untuk menghasilkan hasil yang lebih berbeda.