BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada Pizza Hut Delivery/PHD, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dari hasil pengujian, diperoleh seluruh variabel terbukti valid dan reliabel.
2. Hasil akhir analisa dari perhitungan korelasi adalah sebagai berikut:
    - Variabel *BASMA: Belief About Social Media Advertising* (A) berhubungan terhadap variabel *ATSMA: Attitudes Toward Social Media Advertising* (B) menghasilkan nilai r hitung 0,773.
    - Variabel *ATSMA: Attitudes Toward Social Media Advertising* (B) berhubungan terhadap variabel *Ad Clicking* (C) menghasilkan nilai r hitung 0,568.
    - Variabel *Ad Clicking* (C) berhubungan terhadap variabel *Online Buying* (D) menghasilkan nilai r hitung 0,426.
3. Hasil akhir analisa dari perhitungan regresi adalah sebagai berikut :
    - Variabel *BASMA: Belief About Social Media Advertising* (A) memiliki pengaruh terhadap variabel *ATSMA: Attitudes Toward Social Media Advertising* (B) sebesar 59,7% dengan nilai R Square sebesar 0,597
    - Variabel *ATSMA: Attitudes Toward Social Media Advertising* (B) memiliki pengaruh terhadap variabel *Ad Clicking* (C) sebesar 32,2% dengan nilai R Square sebesar 0,322.
    - Variabel *Ad Clicking* (C) memiliki pengaruh terhadap variabel *Online Buying* (D) sebesar 18,1% dengan nilai R Square sebesar 0,181.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada Pizza Hut Delivery/PHD dan dari masukan kuesioner yang ada, maka diperoleh saran sebagai berikut:

1. Media Sosial yang digunakan diperbanyak.
2. Menyediakan informasi di media sosial secara lengkap tentang *list menu* makanan beserta harga yang dijual agar pelanggan tidak bingung.
3. Membuat undian berdasarkan interaksi pelanggan dengan iklan media sosial.
4. Membuat *post* promo pada jam makan.
5. Mencari variabel dan referensi lain untuk penelitian lebih lanjut tentang kepercayaan dan perilaku pelanggan pada iklan media sosial.