

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Keputusan Pembelian Produk BTS Meal di kalangan Komunitas Army. Dengan menggunakan metode kuantitatif dan teori S-R yang mengacu pada *Stimulus* yaitu adanya rangsangan sebuah isi pesan atau informasi melalui *tweet* dan *Respon* dalam penelitian ini yaitu tindakan konsumen dengan melakukan keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil pengujian yang sudah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil total responden sebanyak 100 orang yang diberikan 11 pernyataan dapat disimpulkan bahwa media sosial Twitter komunitas Army pada akun *autobase @indomyfess* (Variabel X) memiliki nilai 75% aktif dan terjadi interaksi di antara followers *@indomyfess* yaitu komunitas Army.
2. Berdasarkan hasil sebanyak 100 orang responden yang diberikan pernyataan mengenai kebutuhan informasi BTS Meal, dapat disimpulkan bahwa pemenuhan informasi pada pembelian BTS Meal ini memiliki nilai presentase sebesar 65% responden dengan itu kebutuhan informasi mengenai BTS Meal di kalangan komunitas Army terpenuhi.
3. Berdasarkan hasil nilai koefisiensi korelasi “Pengaruh Media Sosial Twitter terhadap Keputusan Pembelian BTS Meal di Kalangan Komunitas Army” adalah sebesar 0,474 atau 47,7%. Hal ini menjelaskan terdapat hubungan antara kedua variabel bernilai cukup kuat sesuai tercantum pada tabel 4.5 uji korelasi, dan dapat disimpulkan H_0 diterima yang artinya adanya pengaruh media sosial Twitter terhadap keputusan pembelian BTS Meal. Walaupun variabel bebas X hanya memiliki pengaruh kontribusi sebesar 47,7% terhadap variabel Y, karena responden insitas mengakses

media sosial Twitter lebih sering untuk menaikkan cuitain mengenai project yang di lakukan oleh BTS.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hendaknya dari hasil penelitian tersebut komunitas Army pada akun Twitter @indomyfess ini terus konsisten dan memperhatikan setiap *tweet* atau caption untuk meningkatkan engement yang positif kepada audience serta memberikan pengaruh yang baik dalam membagikan informasi baik *tweet* maupun menfess agar dapat menarik perhatian audience atau konsumen untuk mendukung idola mereka.

