

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

1. Konsumen kambing akikah melalui media sosial di Sumatera Barat merupakan konsumen yang telah dewasa dan memiliki pikiran yang matang dalam memutuskan keputusan dan memiliki pendidikan terakhir adalah SMA/ sederajat, Diploma dan Sarjana. Jenis pekerjaan dari konsumen kambing akikah melalui media sosial di Sumatera Barat adalah kelompok kerah putih, kerah abu-abu dan lainnya (ibu rumah tangga) dengan pendapatan rata rata diatas Rp2.500.000,-
2. Ke empat unsur minat beli memiliki pengaruh dalam pengambilan keputusan konsumen kambing akikah melalui media sosial di Sumatera Barat. Dengan beberapa penilaian yang masih rendah dari konsumen, sehingga pemilik jasa kambing akikah harus lebih memperluas media sosial dan memperbaiki kualitas pelayanan agar konsumen melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan ke orang lain.
3. Faktor-faktor yang menentukan keputusan pembelian kambing akikah melalui media sosial di Sumatera Barat adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis. Nilai signifikansi keempat faktor  $> 0,05$  dengan kekuatan hubungan yang cukup dan lemah. Hal ini karena pemakaian jasa kambing akikah melalui media sosial masih baru bagi masyarakat Sumatera Barat.

### 5.2 Saran

1. Sebaiknya produsen kambing akikah di Sumatera Barat lebih memperluas pemasaran produknya melalui media sosial, tidak hanya di beberapa akun media sosial saja.

2. Lebih mengenalkan kemudahan media sosial kepada pelanggan non media sosial agar persepsi masyarakat terhadap perkembangan teknologi tidak hanya dirasakan oleh kalangan-kalangan tertentu saja.

