

## BAB VI

### KESIMPULAN, SARAN DAN PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Setelah dilakukan penelitian tentang “pengaruh media sosial *facebook* terhadap tingkat penjualan sangkar ukir di Kabupaten Jepara”, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh signifikan dan positif antara media sosial *facebook* terhadap tingkat penjualan sangkar ukir. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji korelasi *produk moment* dengan sampel 67 orang menunjukkan koefisien korelasi 0,390 dengan signifikansi 0,001. Namun hubungan korelasi ini bersifat lemah karena koefisien tersebut mendekati angka 0.

Berdasarkan hasil perhitungan dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat diambil kesimpulan bahwa munculnya berbagai media sosial yang dapat digunakan dengan bebas untuk kegiatan berkomunikasi secara cepat dan mudah, membantu untuk mempermudah aktifitas berkomunikasi di media sosial. Dan media sosial yang sering digunakan para pengrajin dan penjual sangkar ukir yaitu media sosial *facebook*. Karena media sosial *facebook* menjadi media utama yang sangat membantu dalam promosi penjualan dengan harapan peningkatan penjualan yang sangat cepat dan mudah digunakan.

Dalam hipotesis yang diajukan di dalam penelitian ini diterima yaitu terdapat pengaruh media sosial *facebook* terhadap tingkat penjualan sangkar ukir di Kabupaten Jepara.

## B. Saran

### 1. Bagi Pengguna Media Sosial *Facebook*

Diharapkan pengguna aktif media sosial *facebook* memanfaatkan dan menggunakan dengan baik, karena media ini adalah media yang bersifat bebas dan mudah untuk mengaksesnya. Terutama bagi para pengguna media *facebook* untuk promosi penjualan untuk bisa memberikan kenyamanan dan kepercayaan kepada pembeli.

### 2. Bagi Pengrajin dan Penjual Sangkar Ukir

Manfaatkan media sosial *facebook* sebaik mungkin dalam pemasaran produk. Karena *facebook* cocok untuk pemasaran produk dalam meningkatkan penjualan.

### 3. Bagi Pemerintah

Diharapkan pemerintah dapat menyampaikan kepada pengguna media *facebook* khususnya para bisnis *online*, karena melalui media sosial *facebook* sangat berpengaruh dalam promosi penjualan dalam meningkatkan penjualan.

## C. Penutup

Alhamdulillah atas izin Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dan penulisan skripsi ini dengan baik sebagaimana niat pertama untuk memenuhi tugas serta melengkapi persyaratan guna mendapat gelar sarjana strata 1 (S.1) di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Unisnu Jepara. Dalam penelitian ini tentu masih ada banyak kekurangan dan kekeliruan atau ketidakcocokan di hati para pembaca. Oleh karena itu,

diperlukan ungkapan kritik dan saran konstruktif dari para pembaca demi kualitas penelitian yang lebih baik lagi.

