

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan analisis deskriptif pada *social media marketing* dikategorikan cukup baik. Hal ini didukung oleh *interaction* karena konsumen merasa cukup mudah memberikan pendapat melalui *social media* Instagram, lalu *entertainment* karena *social media* Instagram Kedai Kopi Kulo mempunyai video yang cukup interaktif, dan *customization* karena *social media* Instagram Kedai Kopi Kulo cukup mempertimbangkan saran dari konsumen untuk dijadikan bahan *posting* di Instagram. Berdasarkan analisis deskriptif pada minat beli, dikategorikan sedang. Hal ini didukung oleh minat eksploratif karena konsumen mencari cukup informasi mengenai kualitas produk Kedai Kopi Kulo, lalu minat refensial karena konsumen merekomendasikan produk Kedai Kopi Kulo karena kemasannya yang cukup menarik, dan minat transaksional karena konsumen memiliki cukup keinginan untuk membeli produk Kedai Kopi Kulo jangka pendek dan memiliki cukup keinginan untuk membeli produk Kedai Kopi Kulo dalam jangka panjang.
2. Ada pengaruh antara *social media marketing* terhadap minat beli sebesar 50,8% sisanya 49,2% dipengaruhi oleh variabel lain seperti citra merek, kualitas produk dan *word of mouth* dan lain lain yang tidak termasuk dalam penelitian.

B. Saran

Adapun saran yang peneliti berikan antara lain:

1. Untuk Konsumen

Sebelum melakukan minat beli, konsumen sebaiknya mencari informasi terkait produk Kedai Kopi Kulo agar konsumen mengetahui apakah Kedai Kopi Kulo dapat memenuhi kebutuhan konsumen. selain itu, konsumen sebaiknya mengunjungi akun *social media* Instagram Kedai Kopi Kulo untuk mengetahui berbagai informasi mengenai produk.

2. Untuk Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya apabila ingin menggunakan variabel minat beli sebagai variabel dependent, sebaiknya menggunakan variabel lain sebagai variabel independent untuk mengetahui faktor lain yang berpengaruh terhadap minat beli seperti citra merek, kualitas produk dan *word of mouth*.