

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui adakah pengaruh aktivitas pemasaran dalam media sosial Instagram terhadap minat beli pelanggan Lawless Burgerbar dan seberapa besar pengaruh aktivitas pemasaran dalam media sosial Instagram terhadap minat beli pelanggan Lawless Burgerbar, dapat disimpulkan hasil penelitian ini sebagai berikut:

- 1 Terdapat pengaruh dari aktivitas pemasaran dalam media sosial Instagram terhadap minat beli pelanggan Lawless Burgerbar.
- 2 Pengaruh aktivitas pemasaran dalam media sosial Instagram terhadap minat beli pelanggan Lawless Burgerbar sebesar 45.8%
- 3 Setiap adanya peningkatan terhadap satu nilai aktivitas pemasaran dalam media sosial Instagram, akan mempengaruhi peningkatan minat beli pelanggan Lawless Burgerbar sebesar 0.226

5.2. Saran

Setelah menyelesaikan penelitian mengenai aktivitas pemasaran dalam media sosial Instagram terhadap peningkatan minat beli pelanggan Lawless Burgerbar, terdapat beberapa saran yang diajukan, yaitu:

1 Saran Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat dikembangkan oleh peneliti lainnya secara lebih mendalam berkaitan dengan aktivitas pemasaran melalui media sosial khususnya Instagram terhadap minat beli mengingat bahwa pada zaman sekarang ini media sosial memiliki dampak yang sangat besar.

2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran praktis yang ditujukan untuk Lawless Burgerbar. Berdasarkan dimensi *correct*, terdapat 11.5% responden memilih tidak setuju pada pernyataan – pernyataan pada dimensi *correct* sehingga memiliki pengaruh paling kecil terhadap variabel minat beli dibandingkan dimensi lainnya pada variabel aktivitas pemasaran dalam media sosial Instagram, diharapkan akun Instagram @lawless.burgerbar agar lebih memperhatikan penggunaan ejaan bahasa Indonesia maupun bahasa Inggris yang baik, sehingga dapat dengan mudah dicerna dan dipahami pengikut akun Instagram @lawless.burgerbar. Selain itu, berdasarkan hasil penelitian dimensi *concrete*, terdapat 11% responden memilih tidak setuju pada pernyataan di dalam dimensi *concrete*, sehingga diharapkan akun Instagram @lawless.burgerbar untuk mengunggah konten dan informasi yang terbaru atau *up to date* dan detail, seperti promo potongan harga

atau *package*, informasi mengenai protokol kesehatan yang diterapkan di Lawless Burgerbar, konten *stay at home* dengan teta

Besaran pengaruh aktivitas pemasaran dalam media sosial Instagram terhadap minat beli pelanggan Lawless Burgerbar adalah 45.8%, yang artinya terdapat 54.2% faktor lain yang dapat memberikan pengaruh terhadap minat beli pelanggan Lawless Burgerbar. Oleh karena itu, disarankan Lawless Burgerbar dapat melakukan kegiatan lain seperti *endorsement* dengan mengirimkan produk makanan ke rumah *public figure* atau selebgram yang memiliki banyak pengikut Instagram dengan inti pesan bahwa Lawless Burgerbar dapat juga dipesan dinikmati di rumah. Selain itu, Lawless Burgerbar juga dapat memanfaatkan fitur – fitur Instagram lain secara maksimal seperti Instagram-*ads* agar minat beli konsumen dapat ditingkatkan lebih maksimal.