

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Konten Media Sosial Instagram @sayurbox terhadap TMinat Beli Produk”, maka dapat diambil beberapa kesimpulan yang menjadi jawaban dari pertanyaan penelitian, yakni sebagai berikut.

1. Terdapat pengaruh antara konten media sosial Instagram @sayurbox terhadap minat beli produk.
2. Terdapat pengaruh antara media sosial Instagram @sayurbox terhadap minat beli produk sebesar 53,9%, sedangkan sisa 46,1% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.
3. Dalam mengelola Instagram @sayurbox, dimensi yang belum cukup untuk mendukung konten media sosial adalah dimensi *collaboration*, yang mengajak para pengikut untuk berinteraksi di halaman Instagram @sayurbox.
4. Dimensi dalam minat beli yang paling kurang adalah dimensi preferensial, dimana para pengikut tidak sampai memiliki minat untuk menjadikan Sayurbox sebagai pilihan utama mereka ketika berbelanja sayur *online*.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan sebelumnya, terdapat beberapa saran secara akademis, yakni sebagai berikut.

1. Untuk penelitian serupa selanjutnya disarankan untuk meneliti faktor-faktor lainnya dari konten media sosial Instagram @sayurbox, termasuk faktor-faktor promosi yang dijadikan konten oleh Sayurbox untuk menginformasikan para pengikut Instagramnya.
2. Selain faktor promosi, adapun faktor lain yang dapat diteliti yakni gambar yang kerap dijadikan quiz, gaya komunikasi Sayurbox melalui captionnya, kualitas informasi, dan terpaan konten terhadap pengikutnya.
3. Selain dari segi faktor, adapun saran lainnya yakni untuk meneliti efektivitas konten media sosial Instagram @sayurbox dengan metode kualitatif, untuk mendapatkan data mengenai faktor-faktor apa saja yang ternyata mempengaruhi para pengikut Instagram @sayurbox.

5.2.2 Saran Praktis

Adapun beberapa saran praktis dari hasil penelitian ini yang ditujukan kepada Sayurbox khususnya dalam mengelola akun Instagram @sayurbox, yakni sebagai berikut.

1. Saran untuk Sayurbox agar memperbanyak konten-konten interaktif, sehingga mendorong para pengikutnya untuk melakukan kolaborasi

lebih sering, misalnya dengan memperbanyak konten *quiz* atau membuat *giveaway challenge* dengan syarat untuk para audiens adalah memberikan *like*, *comment*, dan *share* terhadap konten-konten di media sosial Instagram @sayurbox.

2. Sayurbox dapat melakukan pertimbangan untuk melakukan ekspansi di luar kota Jabodetabek, Bali, dan Surabaya. Salah satu faktor yang dapat menjadi pertimbangan adalah karena adanya minat beli yang muncul dari para audiens di luar kota Jabodetabek, Bali, dan Surabaya. Dilihat dari data responden, nyatanya ada sekitar 14,9% pengikut Instagram @sayurbox yang memiliki minat beli, tapi berada di luar jangkauan Sayurbox, yakni Kota Bandung, Lampung, Jambi, Medan, Yogyakarta, Sumedang, Riau, dan beberapa kota lainnya yang kebanyakan berada di daerah Pulau Sumatera, Jawa Timur, dan Jawa Tengah.
3. Selain melakukan ekspansi jangkauan, Sayurbox juga dapat mempertimbangkan untuk melakukan ekspansi target market. Salah satu faktor pertimbangannya adalah karena adanya audiens yang memiliki minat beli tapi berusia di luar dari 27-40 tahun. Saat ini target market utama Sayurbox adalah perempuan berusia 27-40 tahun, namun data penelitian menunjukkan bahwa ada sekitar 12,5% perempuan di luar usia tersebut yang nyatanya memiliki minat beli terhadap produk Sayurbox.