

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Pesan yang disampaikan melalui Instagram @chocban.jakarta berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen, sebesar 57,7%.
2. Pesan Instagram @chocban.jakarta memiliki tingkat hubungan yang kuat dengan minat beli konsumen, yang ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,760.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Pada penelitian yang akan datang, disarankan untuk dapat meneliti lebih dalam lagi mengenai pengaruh pesan Instagram terhadap minat beli menggunakan konsep pesan iklan. Selanjutnya, penelitian ini dapat berfokus pada media sosial lain untuk dapat mengetahui apakah pesan yang disampaikan pada media sosial lainnya dapat menghasilkan pengaruh yang sama atau berbeda.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, terdapat beberapa saran praktis yang dapat diberikan, yaitu:

1. Chocban Jakarta diharapkan dapat lebih menekankan chocban jakarta sebagai oleh-oleh khas Jakarta, karena menurut dimensi *simplicity* dan minat *preferensial*, dengan penyampaian makna dari pesan iklan yang sederhana dan mendalam dapat menimbulkan minat pada diri seseorang karena telah memiliki preferensi mengenai Chocban Jakarta lewat pesan iklan yang mudah dimengerti tersebut.
2. Chocban Jakarta diharapkan dapat lebih meningkatkan konten pada Instagram *story*, Instagram *reels* dan Instagram Ads secara lebih konsisten

dengan menampilkan konten yang dapat menimbulkan ketertarikan lebih mendalam lagi untuk menjangkau khalayak yang lebih luas. karena menurut dimensi *unexpectedness* dan dimensi minat *transaksional* dengan adanya ketertarikan dapat menciptakan minat untuk membeli suatu produk.

3. Chocban Jakarta diharapkan dapat lebih sering menampilkan keunggulan produk yang dimiliki oleh Chocban Jakarta, karena menurut dimensi *concreteness* dan minat *eksploratif*, sebelum konsumen membeli suatu produk akan terlebih dahulu mencari terhadap produk yang ingin di beli. Oleh karena itu, pesan pada Instagram Chocban Jakarta harus disampaikan secara jelas dan nyata untuk dapat meyakinkan konsumen lebih mendalam.
4. Chocban Jakarta diharapkan dapat memperbanyak konten yang menceritakan sesuatu hal yang berisikan sisi emosi (kegembiraan, humor, takut) bagi konsumen sehingga pesan iklan yang tampilkan dapat melekat dalam pikiran konsumen. Karena menurut dimensi *credibility*, *emotionality*, dan *storytelling* hal tersebut dapat menimbulkan minat konsumen.

