

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan, yaitu:

1. Sosial media marketing berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada toko koleksi awan. Hasil ini menunjukkan bahwa Semakin sering melakukan promosi menggunakan social media membuat produk kita menjadi lebih dikenal oleh banyak orang. Banyaknya pengguna social media dan hampir mencakup semua kalangan mulai dari remaja sampai orang dewasa membuat social media menjadi salah satu media promosi yang menguntungkan ini didukung dengan mudahnya biaya promosi melalui social media dan banyaknya keuntungan yang didapat.
2. Brand image berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada toko koleksi brand image menentukan bagaimana para konsumen menilai produk kita, menjaga brand image agar tetap mendapat kesan baik di benak konsumen merupakan strategi yang penting dalam menghadapi persaingan serta mengembangkan perusahaan.
3. Brand trust tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada toko awan. Hasil ini menunjukkan bahwa toko koleksi awan belum mampu menerapkan brand trust pada produknya. Hal ini bisa dimaklumi karena toko koleksi awan sendiri baru dirintis pada awal tahun ini.

## 5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut diatas, maka saran yang dapat diberikan antara lain:

1. Hasil kuesioner penelitian ini menunjukkan bahwa interaksi antara admin/pemilik instagram toko koleksi awan bisa lebih baik lagi agar bisa memenuhi harapan dan keinginan konsumen. Bisa dengan bercanda sedikit saat berinteraksi dengan konsumen agar bisa mencirikan suasana, tapi tetap harus menggunakan bahasa yang sopan hal ini bisa membuat konsumen merasa nyaman saat berinteraksi dengan admin/pemilik instagram toko koleksi awan, rajin membalas komentar pada postingan di akun isntagram toko koleksi awan, dan sering mengupload testimoni dari pelanggan.
2. Hasil kuosioner ini menunjukkan belum ada ciri khas dari produk toko koleksi awan. Pemilik toko koleksi awan bisa membuat logo dan tagline untuk memudahkan dalam melakukan branding, karena logo dan tagline bisa memudahkan konsumen untuk mengenali produk dari toko koleksi awan.
3. Hasil kuosioner ini menunjukkan bahwa menurut responden indikator brand trust belum mampu diterapkan oleh toko koleksi awan. Hal ini bisa dimaklumi karena toko koleksi awan merupakan bisnis yang baru di rintis di awal tahun ini. Tapi hal ini bisa diatasi dengan melakukan promosi terus melalui social media, membuat logo dan membuat tagline agar mempunya ciri khas tersendiri, konsisten

menjaga kualitas dan pelayanan, seiring berjalanya waktu toko koleksi awan bisa mendapatkan kepercayaan dari konsumennya.

4. Bagi peneliti selanjutnya masih terbuka peluang dan disarankan untuk memilih variabel-variabel lain yang lebih banyak seperti variabel lokasi, dan variabel sarana/ prasarana dan variabel harga sehingga penelitian dapat berkembang dan dapat mengungkap lebih banyak permasalahan yang dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung.

