

BAB V

KESIMPULAN DAN PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh positif promosi melalui *food blogger* Dyodoran pada media sosial instagram terhadap minat beli *followers*, dibuktikan dari koefisien regresi positif sebesar $\beta = 0,514$ dengan t hitung sebesar 6,482 dan signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Hal ini berarti semakin tinggi promosi melalui *food blogger* Dyodoran pada media sosial instagram, maka semakin tinggi pula minat beli *followers*. Variabel promosi melalui *food blogger* Dyodoran pada media sosial instagram memberikan sumbangan efektif sebesar 30,0% terhadap minat beli *followers*, sedangkan sisanya 70,0% ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak diungkap dalam penelitian.

B. Kelemahan Penelitian

1. Penelitian ini hanya meneliti pengaruh promosi melalui *food blogger* Dyodoran pada media sosial instagram terhadap minat beli *followers* saja. Masih ada faktor lain yang dapat mempengaruhi minat beli *followers*, misalnya: harga dan sikap konsumen.
2. Peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian secara langsung ke lapangan bertemu dengan responden agar mengetahui keseriusan responden pada saat mengisi skala. Selain itu karena adanya kelemahan dari *google form* yakni adanya hambatan psikologis utama seperti adanya jarak

sosial antara responden dengan peneliti, sehingga peneliti tidak mengetahui tingkat kejujuran responden ketika mengisi skala penelitian.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi *Food Blogger* Dyodoran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh promosi melalui *food blogger* Dyodoran pada media sosial instagram terhadap minat beli *followers*. Hal ini mengindikasikan bahwa Dyodoran memiliki karakter yang baik, oleh karena itu agar lebih bisa menjangkau konsumen yang lebih banyak, maka perlu melaksanakan beberapa Langkah berikut ini:

- a. *Food blogger* Dyodoran disarankan untuk melakukan kolaborasi dengan *food blogger* lainnya agar bisa menambah konsumen.
- b. *Food blogger* Dyodoran disarankan untuk mengembangkan informasi yang diberikan kepada *followers* tidak hanya dari sisi positif dari produk makanan yang ditawarkan, namun juga dari sisi negative agar bisa menunjukkan fakta yang sebenarnya dari makanan tersebut, sehingga konsumen dapat menyukai konsumen bisa lebih banyak menyukai *review* yang diberikan oleh *food blogger* Dyodoran.
- c. *Food blogger* Dyodoran disarankan untuk mengembangkan postingan-postingan yang lebih menarik tidak hanya terbatas pada makanan kekinian, akan tetapi juga mempromosikan makanan khas suatu daerah agar tetap digemari oleh masyarakat luas.

2. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain dalam meneliti pengaruh promosi melalui *food blogger* Dyodoran pada media sosial instagram terhadap minat beli *followers*, misalnya melalui wawancara mendalam kepada *food blogger* Dyodoran dan *followers*, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia. Peneliti selanjutnya juga dapat menambahkan variabel baru yang dapat mempengaruhi minat beli *followers*, misalnya: harga dan sikap konsumen, sehingga dapat mengembangkan hasil penelitian ini.