

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil telaah dan pembahasan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa aktivitas pemasaran melalui media sosial Facebook memiliki dampak terhadap meningkatnya minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh Quinsha Bakery yang berlokasi di Gunungsitoli:

1. *Social Media Marketing* Facebook berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen Quinsha Bakery Gunungsitoli. Hal ini dibuktikan dengan perolehan nilai T hitung yang lebih besar daripada nilai T tabel ($16,528 > 1,98498$) dan nilai Signifikansi yang lebih kecil dari nilai alpha ($0,000 < 0,05$).
2. *Social Media Marketing* Facebook memberikan pengaruh terhadap minat beli konsumen sebesar 74,0 %. Sedangkan sisanya (26%) dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

5.2. Saran

Berdasarkan temuan dalam penelitian ini ada beberapa saran yang akan diberikan oleh peneliti baik untuk pihak Quinsha Bakery Gunungsitoli, maupun untuk penelitian selanjutnya. Berikut adalah beberapa saran dari peneliti:

1. Untuk meningkatkan indikator *connection* dalam strategi *Social Media Marketing*, Quinsha Bakery disarankan untuk lebih mengoptimalkan penggunaan fitur Facebook *Group* dan *Fan Page* sebagai sarana membangun komunitas pelanggan. Melalui interaksi yang bersifat terbuka, konsisten, dan dua arah, konsumen akan merasa lebih dihargai dan memiliki kedekatan emosional dengan merek. Langkah ini diharapkan dapat menciptakan hubungan jangka panjang yang kuat antara Quinsha Bakery dan konsumennya, sesuai dengan prinsip dasar *connection* sebagai ikatan yang saling memperkuat dan berkelanjutan.
2. Quinsha Bakery perlu menerapkan strategi penerapan *social media marketing* mulai dari melakukan riset persona pembeli, menentukan media

sosial apa yang akan digunakan sebagai media pemasaran, membuat konten yang menarik, membuat jadwal pada setiap postingan, menganalisa *insight* dari setiap postingan, melakukan *targeting & retargeting* konsumen, hingga melakukan interaksi dan optimasi profil.

3. Quinsha Bakery perlu beradaptasi dengan perkembangan media sosial terkini dan melihat peluang penggunaan *platform* media sosial lain yang sedang naik daun seperti TikTok, Instagram, dan lainnya.
4. Untuk Peneliti selanjutnya, diharapkan mempertimbangkan faktor lain yang dapat memengaruhi minat beli konsumen yang tidak dibahas dalam penelitian ini seperti harga, kualitas produk dan diversifikasi produk.