

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis deskriptif yang telah dipaparkan, hasil temuan menunjukkan terdapat pengaruh antara citra merek Carasun dengan minat beli *followers* akun twitter @ohmybeautybank pasca kasus *buzzer campaign* yang dilakukan oleh pihak Carasun, diketahui citra merek Carasun pasca kasus tersebut masih masuk kedalam kategori cukup baik dengan minat beli yang berada pada kategori sedang. Artinya terlepas dari kasus *buzzer campaign* yang dilakukannya, konsumen tetap merasa produk Carasun masih layak untuk diminati karena masih memiliki keunggulan, kekuatan, dan keunikan pada *brand*-nya.

Adapun untuk menjawab rumusan masalah dari penelitian ini yakni: seberapa besar pengaruh antara Citra Merek (*Brand image*) Carasun Terhadap Minat Beli Followers Akun @ohmybeautybank Pasca Kasus *Buzzer campaign*, maka hasil dari penelitian ini menunjukkan besar dampak pada citra merek terhadap minat beli yakni sebesar 75.4%. Indikator yang mendukung tingginya minat beli *followers* akun twitter @ohmybeautybank terhadap produk Carasun ialah karena kemudahan yang ditawarkan oleh Carasun dalam mendistribusikan produk – produknya di *e-commerce* atau online shop. Juga dimensi eksploratif dimana *followers* akun twitter @ohmybeautybank telah membandingkan produk Carasun dengan produk lainnya.

## 5.2 Saran

Berlandaskan kesimpulan dari temuan penelitian yang sudah dijabarkan, maka penulis akan membagikan beragam saran yang dinantikan mampu berguna dan berlaku menjadikan masukan pada beragam pihak, yakni:

### 5.2.1 Bagi Pihak Carasun

- a. Carasun diharapkan untuk terus dapat mempertahankan citra merek karena kian optimal citra merek Carasun di mata publik mengartikan bakal meninggikan minat beli konsumen.
- b. Selanjutnya, diharapkan Carasun dapat meningkatkan kualitas produk serta terus mengembangkan inovasi – inovasi produk serta manfaat yang ditawarkan.
- c. Carasun bisa melakukan program – program yang dapat meningkatkan minat preferensial konsumen untuk tetap senantiasa merekomendasikan produk – produk Carasun.

### 5.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Kepada peneliti selanjutnya disarankan supaya menambahkan variabel selain citra merek seperti terpaan konten, *celebrity endorser*, digital marketing dan lainnya. Dan diharapkan agar dapat mengembangkan penelitian mengenai variabel bebas lain yang tidak dilakukan, agar mampu memperoleh pemahaman serta informasi kian beragam.