

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sesuai dengan perumusan masalah, sebagai berikut:

- a. Tayangan iklan Vindes Store memiliki pengaruh yang kuat dan signifikan untuk menarik minat beli *followers* Vindes Store.
- b. Minat beli *followers* Vindes Store meningkat dikarenakan adanya tayangan iklan pada sosial media Instagram Vindes Store (@vindes.store).
- c. Nilai r_{hitung} (0,854) > nilai r_{tabel} (0,443). Maka H_2 ditolak, yang artinya terdapat hubungan dari pengaruh tayangan iklan Vindes Store terhadap minat beli. Nilai korelasi 0,854 menandakan kekuatan hubungan yang sangat kuat serta hubungan yang linier (searah) dikarenakan nilai korelasi positif.
- d. Tayang iklan Vindes Store memiliki pengaruh terhadap minat beli sebesar 72,9% dan sisanya sebesar 27,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.
- e. Setiap penambahan 1% nilai tayangan iklan Vindes Store, maka nilai minat beli bertambah sebesar 0,920.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, Adapun saran yang dapat diberikan, yaitu:

1) Saran Praktis

Untuk pengelola akun @vindes.store, dengan adanya penelitian pengaruh iklan Vindes Store di media sosial Instagram terhadap *brand awareness* dan minat beli yang menunjukkan hasil positif dan signifikan, diharapkan agar pengelola akun @vindes.store dapat terus meningkatkan kinerja baiknya saat ini. Serta sebaiknya pengelola akun @vindes.store menaikkan frekuensi iklan produknya selain di hari-hari besar atau momen tertentu saja. Dengan semakin meningkatnya frekuensi iklan, maka *brand awareness* akan semakin meningkat sehingga dapat meningkatkan minat beli konsumen.

2) Saran Akademis

Disarankan kepada peneliti selanjutnya yang akan meneliti mengenai fenomena yang sama agar dapat meneliti faktor-faktor lainnya, seperti *brand image* maupun mengenai *celebrity endorser* dari *owner*-nya yakni Vincent Rompies dan Desta.