

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Pengaruh *Facebook Ads* dan Citra Merek terhadap Minat Beli Pada Konsumen Momis Bakery Cimahi” dapat di Tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Facebook Ads* pada Momis Bakery Cimahi diukur menggunakan empat indikator yaitu *Desination URL*, *Image*, *Title* dan *Deskripsi Iklan*. Dari ke empat indikator terdapat indikator tertinggi yaitu indikator *Image* dan indikator terkecil yaitu indikator *Desination URL*. Terlihat bahwa nilai persentase skor tertinggi berada pada indikator *Image*. Hal ini menunjukkan image yang dimiliki Momis Bakery memiliki image yang telah di bangun dengan baik dan dapat meningkatkan minat beli dengan persentase 69,4%, Sedangkan nilai persentase skor terendah berada pada indikator *Desination URL* dengan persentase sebesar 63,1% hal ini menunjukkan URL yang ditunjukan belum cukup baik seperti tidak ada link penghubung ke katalog terkait.
2. Citra Merek Pada Momis Bakery Cimahi yang di ukur dengan empat indikator yaitu Merek yang Terpercaya, Merek yang Berkualitas, Kesan yang baik dan seseorang dan Merek yang populer. Dari ke empat indikator terdapat indikator tertinggi yaitu

indikator Merek yang populer dan indikator terkecil yaitu indikator Merek yang berkualitas serta untuk Citra Merek Momis Bakery Cimahi secara keseluruhan termasuk kedalam klasifikasi Cukup Baik, terlihat bahwa nilai persentase skor tertinggi berada pada indikator Merek yang populer dengan persentase 70,6% hal ini menunjukkan citra merek Momis Bakery di Cimahi memiliki reputasi yang baik, dengan demikian hal tersebut dapat meningkatkan minat beli konsumen, Sedangkan nilai persentase skor terendah berada pada indikator Merek yang berkualitas dengan persentase sebesar 63,1%. Hal ini mengindikasikan kualitas produk Momis Bakery belum bisa membuat konsumen merasa puas. Seperti yang terlihat pada tabel rekapitulasi dimana rata – rata setiap indikator berada pada kategori Cukup Baik.

3. Minat Beli pada Momis Bakery Cimahi di ukur menggunakan tiga indikator yaitu Minat Transaksional Konsumtif, Minat Refrensial Kecenderungan dan Minat Eksploratif. Dari ke tiga indikator terdapat indikator tertinggi yaitu indikator Minat Eksploratif, hal ini menunjukkan minat konsumen pada Momis Bakery di Cimahi baik, iklan dan promosi yang dilakukan perusahaan cukup untuk meningkatkan minat beli pada konsumen. Dan indikator terkecil yaitu Minat Refrensial Kecenderungan hal ini menunjukkan konsumen belum merasa puas dengan kualitas produk momis bakery secara keseluruhan yang membuat konsumen tidak memberikan ulasan atau rekomendasi pada konsumen lainnya, terlihat bahwa nilai persentase skor tertinggi berada pada indikator Minat Eksploratif dengan persentase 71,6%, Sedangkan nilai persentase skor terendah berada pada indikator Minat Refrensial Kecenderungan dengan persentase sebesar 64,3%. Seperti yang terlihat

pada tabel rekapitulasi dimana secara keseluruhan Minat Beli berada pada kategori Cukup baik.

4. Dari hasil analisis verifikatif dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh *Facebook Ads* dan Citra Merek terhadap *Green Purchase Intention* adalah sebagai berikut:

- Secara Parsial *Facebook Ads* berpengaruh signifikan Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Momis Bakery Cimahi
- Secara Parsial Citra Merek berpengaruh signifikan Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Momis Bakery Cimahi
- Secara Simultan *Facebook Ads* dan Citra Merek berpengaruh signifikan Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Momis Bakery Cimahi

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian mengenai “Pengaruh *Facebook Ads* dan Citra Merek terhadap Minat Beli Pada Konsumen Momis Bakery Cimahi”, penelitian mengemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan tanggapan responden mengenai *Facebook Ads* Pada Konsumen Momis Bakery Cimahi yang berada pada klasifikasi Cukup Baik, di sarankan kepada pihak Momis Bakery Cimahi lebih memperhatikan dalam melakukan iklan pada jam yang tepat di saat konsumen sedang menggunakan dan mengakses internet agar target iklan sesuai seperti harapan.
2. Berdasarkan tanggapan responden mengenai Citra Merek Pada Momis Bakery Cimahi yang berada pada klasifikasi cukup baik, disarankan kepada Momis

Bakery Cimahi memperhatikan lagi kualitas produk yang di jual agar konsumen merasa puas baik dari segi rasa dan kualitas produk yang di sajikan atau di jual.

3. Berdasarkan tanggapan responden mengenai Minat Beli yang berada pada klasifikasi cukup baik, maka hal yang perlu diperbaiki dalam hal ini *Facebook Ads* dan Citra Merek.
4. Bagi para pembaca yang akan melakukan penelitian dalam bidang yang sama, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan Mengenai Pengaruh *Facebook Ads* dan Citra Merek terhadap Minat Beli Pada Konsumen Momis Bakery Cimahi atau meneliti *Facebook Ads* mengembangkannya dengan variabel lain yang belum di teliti atau di bahas oleh penulis.