

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, Bauran Promosi Nerin Store Melalui Instagram @nerinstore Untuk Menarik Minat Beli Konsumen telah mampu menarik minat beli konsumen sebagai berikut:

1. Periklanan

Periklanan yang dilakukan di instagram @nerinstore dilakukan melalui fitur *feed*, *reels* dan *instastory* dengan memberikan pesan informatif pada setiap unggahan produk Nerin Store, serta melakukan komunikasi persuasif pada *instastory* dengan cara *update* situasi ramai ditoko dengan tujuan untuk mempengaruhi dan menarik minat beli konsumen.

2. Promosi Penjualan

Nerin Store melakukan promosi penjualan di instagram melalui unggahan pemberian diskon 5.000 *all item* disetiap hari-hari besar seperti idul fitri, idul adha, HUT RI, dan akhir tahun, *give away* dihari lebaran, HUT RI dan akhir tahun.

3. Hubungan Masyarakat

Nerin Store membuat citra yang baik dimata konsumen dengan menerapkan selalu *fast response* di kolom komentar dan *direct message* serta pelayanan yang ramah, selalu *repost* unggahan konsumen terkait produk @nerinstore agar konsumen merasa diakui dan tumbuh citra yang baik serta loyalitas

yang tinggi terhadap Nerin Store. menjadi sponsor *Auto Enthusiast Event* anak-anak muda dalam tiga tahun terakhir, kerana orang-orang yang mengikuti *event* tersebut sesuai dengan target pasar dari Nerin Store.

4. Pemasaran Langsung

Nerin Store Melakukan Pemasaran Langsung di Instagram dengan melalui semua fitur Instagram, mengunggah kuisioner terkait restock produk dan promo sale tambahan waktu untuk memperoleh tanggapan langsung dari konsumen.

5. Bauran Promosi

Semua sub fokus bauran promosi Nerin Store melalui Instagram @nerinstore untuk menarik minat beli konsumen pada penelitian ini telah berhasil dilakukan karena dilihat dari hasil penelitian dan penilaian dari apa yang dirasakan oleh kedua konsumen sangat sesuai dengan apa yang menjadi tujuan dari bauran promosi yang dilakukan oleh semua informan dari pihak Nerin Store melalui Instagram @nerinstore.

Sedangkan dari hasil wawancara dengan informan Ranita yang bukan konsumen Nerin Store sebagai bahan perbandingan menunjukkan bahwa, informan Ranita tidak terlalu mengikuti trend sehingga belum tertarik dengan produk @nerinstore karena dinilai terlalu pasaran. Namun alasan diatas menunjukkan bahwa bauran promosi yang dilakukan oleh Nerin Store melalui Instagram @nerinstore berhasil karena target pasarnya adalah hanya untuk orang-orang yang mengikuti *trend fashion*.

5.2 Saran

Adapun saran yang bisa peneliti sampaikan baik kepada instansi yang terkait serta bagi peneliti selanjutnya yaitu sebagai berikut :

1. Saran Untuk Nerin Store

- a. Nerin Store tidak hanya memperhatikan pesan yang inforamtif saja pada setiap unggahan, tetapi juga memperhatikan unsur estetika agar lebih menarik minat beli konsumen dan meningkatkan *engagement*.
- b. Menggunakan *instagaram ads* agar @nerinstore dapat menjangkau pengguna instagram lebih banyak lagi, dan hasil dari periklanan yang dilakukan di instagaram lebih optimal dan menguntungkan.
- c. Kegiatan *sponsorship* yang sedang dilakukan lebih baik diunggah di instagram @nerinstore tidak hanya di instagram pihak yang disponsori untuk lebih meningkatkan citra yang baik dimata konsumen di instagram @nerinstore
- d. Mensponsori acara kampus atau sekolah yang ada di Cianjur untuk meningkatkan *brand awareness dan* menarik minat beli dikalangan siswa, mahasiswa atau anak-anak muda yang mengikuti *trend fashion*.

2. Saran Untuk Peneliti Selanjutnya

- a. Diharapkan dapat menggali dan mengkaji lebih dalam sehingga penelitian lebih lengkap.
- b. Diharapkan dapat menggunakan lebih banyak sumber untuk pengumpulan dan keabsahan data yang lebih kredibel.