

V. KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang didapatkan dari penelitian ini antara lain :

- 1) Tampilan Produk berpengaruh secara langsung terhadap Minat Beli ulang dengan nilai positif dan signifikan. Artinya pada produk sambal UMKM Dibumbuin memiliki tampilan produk yang baik sehingga memungkinkan peningkatan konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Sub variabel yang unggul dan berpengaruh yaitu terkait pembeda produknya. .
- 2) *Instagram Marketing* berpengaruh secara langsung terhadap Minat Beli ulang dengan nilai positif dan signifikan tinggi. Artinya pada produk sambal UMKM Dibumbuin memiliki *Instagram Marketing* yang menarik dan aktif. Sub variabel yang unggul yaitu terkait *Connecting* dan *Community Building*.
- 3) *Instagram Marketing* tidak berpengaruh sebagai pemoderasi terhadap pengaruh Tampilan Produk kepada Minat Beli Ulang Sambal Dibumbuin. Beberapa sub variabel yang memperlemah terdiri dari display produk, variasi produk, *Content Creation* dan *Content Sharing*.

5.2 Saran

Adapun saran yang didapatkan dari adanya penelitian ini antara lain :

- 1) Pemilik UMKM Dibumbuin sebaiknya membentuk tim *Marketing* yang bertugas mendalami peran pemasaran sosial media termasuk Instagram. Karena dengan ini penayangan konten tidak hanya berdasar dari visualisasi tampilannya saja. Namun juga dari kelengkapan Caption, Hastag. Selain itu juga membuat *Content Planner* dengan memperhatikan jam yang berpeluang besar dilihat oleh pengikutnya sehingga dapat meyakinkan konsumen untuk

selalu aktif dalam meningkatkan *Engagement* akun Instagram Dibumbuin itu sendiri.

- 2) Pemilik UMKM Dibumbuin juga disarankan mempromosikan Instagram melalui platform lain seperti pada bio Marketplace, brosur, spanduk yang ada di toko luring. Selain itu juga membuat acara seperti Giveaway yang dapat meningkatkan minat konsumen baru untuk mencoba produknya.
- 3) Pemilik UMKM Dibumbuin disarankan menggunakan promosi berbayar yang ada di Instagram. Hal tersebut adalah fasilitas Instagram dalam mendukung pelaku bisnis untuk memudahkan mengenalkan produk Dibumbuin kepada pengguna Instagram yang memiliki minat di bidang kuliner khususnya sambal. Selain itu juga meyakinkan konsumen lama agar lebih percaya meningkatkan loyalitas pada produk sambal Dibumbuin.
- 4) Peneliti yang ingin melanjutkan terkait penggunaan sosial media Instagram UMKM Dibumbuin disarankan untuk menggunakan variabel lain yang tidak tercantum pada penelitian ini. Selain itu juga dapat membahas pengembangan dan strategi sosial media Tiktok. Hal tersebut dikarenakan akun tersebut baru dirintis oleh UMKM Dibumbuin. Selain berpeluang menjadi sosial media yang dapat meningkatkan pendapatan secara daring karena tersedia metode pembelian dalam aplikasi tersebut.