

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN IMPLIKASI**

#### **A. Kesimpulan**

Hasil analisis yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya menunjukkan bahwa:

1. *Social Media Optimization* tidak memiliki pengaruh terhadap Minat Beli.
2. *Social Media Optimization* memiliki pengaruh positif terhadap *Brand Awareness*.
3. *Brand Awareness* tidak memiliki pengaruh terhadap Minat Beli.
4. *Brand Awareness* memediasi *Social Media Optimization* terhadap Minat Beli.
5. *Brand Exposure* memoderasi *Social Media Optimization* dan Minat Beli.

#### **B. Implikasi**

1. Untuk meningkatkan *Social Media Optimization* yang harus dilakukan pemilik café adalah membuat konten yang menarik, melakukan penyebaran konten yang informatif, menyediakan testimoni, dari pelanggan.
2. Membuat logo yang mudah diingat, membuat menu signature dan layanan yang memorable.
3. Lebih konsisten dalam melakukan pemasaran di media sosial seperti konten yang terjadwal. Membuat konten yang menarik agar audiens menikmati konten dengan durasi yang cukup lama.

## **C. Keterbatasan Penelitian dan Saran Penelitian**

### **1. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki keterbatasan sehingga penting untuk dijadikan bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya. Sampel pada penelitian ini Sebagian besar adalah pelajar/mahasiswa, sehingga pada penelitian ini untuk respondennya masih kurang variatif sehingga akan mempengaruhi generalisasi penelitian. pada proses pengambilan data fenomena, peneliti belum mendapatkan akses untuk mendapatkan data agar menjadi suatu hal yang menjustifikasi penelitian.

### **2. Saran Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang disajikan, peneliti menyampaikan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya yaitu:

- a. Untuk Peneliti selanjutnya perlu mempertimbangkan variabel-variabel lain untuk melaksanakan penelitian.
- b. Sebaiknya peneliti selanjutnya mempertimbangkan variasi responen agar penelitian ini ilebih lebih bisa di generalisasi.