

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh *personal branding* terhadap minat beli konsumen Trafficbun. Hasil persentase pengaruh *personal branding* terhadap minat beli sebesar 34,4%. Tingkat capaian responden sebesar 91,2% dengan kategori sangat baik.
2. Terdapat pengaruh *content instagram* terhadap minat beli konsumen Trafficbun. Hasil persentase pengaruh *content instagram* terhadap minat beli sebesar 45,4%. Tingkat capaian responden sebesar 90,5% dengan kategori sangat baik.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang sudah dipaparkan di atas, saran yang dapat penulis berikan sebagai berikut:

1. Saran Untuk Peneliti Selanjutnya
 - a. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya ditambahkan metode wawancara secara mendalam dan lebih detail lagi dan memiliki unsur kebaruan.

- b. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan bisa meneliti dengan sudut pandang yang berbeda dari penelitian ini dengan menambah variabel lain seperti meneliti citra merek dan promosi.

2. Saran @Traficbun

Diharapkan dapat memperhatikan konten instagram dengan menjaga kualitas konten serta menampilkan konten yang lebih interkatif mengenai informasi Traficbun dengan memaksimalkan penggunaan fitur-fitur instagram agar dapat lebih banyak menarik minat beli konsumen.

