

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa foto produk memainkan peran penting sebagai media komunikasi pemasaran pada Instagram @Bakpiaku dalam meningkatkan minat beli pelanggan. Penelitian ini menggunakan teori AIIIDA (Attention, Interest, Decision, Desire, and Action) untuk menganalisis bagaimana peran foto produk sebagai media komunikasi pemasaran. Hasil analisis menunjukkan bahwa foto produk yang ditampilkan di akun Instagram @Bakpiaku dapat menarik perhatian pelanggan, membangkitkan minat, mempengaruhi keputusan pembelian, membangkitkan keinginan, dan mendorong tindakan pembelian. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa penggunaan foto produk pada media sosial Instagram memberikan peran yang efektif untuk meningkatkan minat beli pelanggan. Penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi pengembangan strategi pemasaran pada media sosial, khususnya dalam memanfaatkan foto produk sebagai media komunikasi yang efektif.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran untuk pengembangan selanjutnya yaitu:

1. Memperhatikan kualitas foto produk yang diunggah ke Instagram @Bakpiaku. Foto produk yang berkualitas dapat menarik perhatian pelanggan dan membangkitkan minat beli.
2. Menjaga konsistensi dalam penggunaan foto produk pada akun Instagram @Bakpiaku. Konsistensi dalam tampilan dan gaya foto produk dapat membantu membangun citra merek yang kuat dan meningkatkan daya tarik produk.
3. Menggunakan caption yang menarik dan informatif pada setiap unggahan foto produk. Caption yang menarik dapat membantu menarik perhatian

pelanggan dan memberikan informasi yang dibutuhkan untuk membuat keputusan pembelian.

4. Memperhatikan bagaimana respon pelanggan terhadap foto produk yang diunggah pada Instagram @Bakpiaku. Dengan memperhatikan respon pelanggan, dapat diketahui kelebihan dan kekurangan dari setiap unggahan foto produk dan dapat dilakukan perbaikan untuk meningkatkan efektivitas penggunaan foto produk sebagai media komunikasi pemasaran.
5. Menggunakan strategi pemasaran yang beragam dan inovatif untuk memperkuat penggunaan foto produk sebagai media komunikasi pemasaran. Selain menggunakan foto produk, dapat digunakan strategi pemasaran lain seperti promosi, harga, dan citra merek untuk meningkatkan minat beli pelanggan.

