

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. SIMPULAN

Berdasarkan tujuan penelitian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Akun *Instagram* kulinerjogja sebagai media promosi kuliner di D.I.Yogyakarta mendapat skor 85,1 dengan kategori Sangat Baik.
2. Minat beli konsumen Ojo Dhumeh Angkringan *Wifi* Bantul D.I.Yogyakarta mendapat skor 81,6 dengan kategori Baik.
3. Terdapat pengaruh antara akun *Instagram* Kulinerjogja terhadap minat beli konsumen Ojo Dhumeh Angkringan *Wifi* sesuai perhitungan yang diperoleh thitung sebesar 4,35 lebih besar dari ttabel 2,00172.

B. SARAN

Adapun saran- saran yang peneliti berikan setelah meneliti masalah ini adalah:

1. Untuk akun *Instagram* Kulinerjogja diharapkan untuk terus mempertahankan bila perlu meningkatkan kualitas foto, caption serta ragam kuliner yang diliput karena hal itu mempunyai dampak yang baik di masyarakat D.I.Yogyakarta dan sekitarnya dalam hal informasi mengenai dunia perkulineran.
2. Untuk Ojo Dhumeh Angkringan *Wifi* diharapkan dapat mengembangkan media promosi untuk kalangan orang tua, hal ini dikarenakan dari jumlah pengunjung adalah anak muda, tentu saja hal ini bertujuan untuk mendapatkan konsumen dari semua kalangan usia. Selanjutnya sesuai hasil

penelitian di atas bahwa hanya 25% pengunjung yang berasal dari akun instagram Kulinerjogja, maka dari itu manajemen diharapkan semakin memperluas jaringan informasi tentang salah satu *cafe* yang ada di D.I.Yogyakarta melalui media sosial *instagram* terkhusus media sosial yang telah ada namun belum maksimal dalam penggunaannya seperti *fanspage facebook, chanel youtube, twitter, serta facebook*.