BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa peran video promosi melalui media sosial sangat signifikan dalam meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk Nyanteh Indonesia. Meskipun Nyanteh Indonesia telah memiliki 9 outlet di Kota Barru, penggunaan video promosi tetap esensial untuk memperluas jangkauan pasar dan memperkenalkan merek ke wilayah yang lebih luas.

Video promosi memungkinkan Nyanteh Indonesia untuk menjangkau audiens yang lebih besar dibandingkan dengan metode promosi konvensional. Peningkatan minat beli yang terjadi setelah video promosi diunggah menunjukkan efektivitas strategi ini dalam mempengaruhi keputusan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan penjualan dan pendapatan dalam jangka pendek setelah peluncuran video promosi.

Secara keseluruhan, video promosi terbukti menjadi alat yang sangat efektif dalam strategi pemasaran Nyanteh Indonesia. Penggunaan video sebagai bagian dari bauran promosi membantu dalam memperkenalkan produk, menarik perhatian konsumen baru, dan meningkatkan minat beli, yang pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan bisnis dan keberlanjutan jangka panjang Nyanteh Indonesia.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, berikut adalah beberapa saran dari peneliti untuk Nyanteh Indonesia yaitu Nyanteh Indonesia perlu terus mengembangan konten video promosi. Pastikan setiap video memiliki elemen visual yang menarik,

alur cerita yang kuat, dan pesan yang jelaas mengenai keunggulan produk. melibatkan influencer lokal atau tokoh masyarakat juga dapat meningkatkan daya tarik video. Selain itu menjaga minat beli konsumen Nyanteh Indonesia sebaiknya secara rutin mengunggah konten video promosi. Konsistensi dalam pengunggahan video dapat menjaga hubungan dengan konsumen,