

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data temuan yang diperoleh dan pada pembahasan di bab sebelumnya mengenai Peran Sosial Media Terhadap Minat Berkunjung Generasi Z pada Pop-Up *Restaurant* di Kota Bandung, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Gambaran peran Sosial Media Tiktok Instagram pada ketiga Pop-up *Restaurant* di Kota Bandung menunjukkan bahwa pengaruh media sosial Tiktok Instagram pada ketiga Pop-up *Restaurant* di Kota Bandung sudah menunjukkan hasil yang cukup baik dalam keseluruhan. Dapat diketahui bahwa indikator *Online Communities* termasuk pada golongan sangat setuju, hal ini dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden pernah melihat iklan Pop-up *Restaurant* pada sosial media nya masing-masing. *Interaction* termasuk pada golongan terkecil dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden pernah berkomentar dan berinteraksi pada sosial media yang mengiklankan Pop-up *Restaurant*.
2. Gambaran Minat Berkunjung Generasi Z pada ketiga Pop-up *Restaurant* di Kota Bandung menunjukkan bahwa Minat Berkunjung pada ketiga Pop-up *Restaurant* di Kota Bandung sudah menunjukkan hasil yang sangat baik dalam keseluruhan. Dapat diketahui bahwa indikator *Minat Refresial* termasuk pada golongan sangat yang artinya sebagian besar responden setuju akan memberikan referensi kepada orang lain. *Minat Prefensial* termasuk pada golongan terkecil artinya sebagian besar responden setuju bahwa mereka berminat mendatangi pop-up *restaurant*.
3. Hasil analisis terkait peran sosial media terhadap minat berkunjung generasi Z pada Pop-up *restaurant* di Kota Bandung menunjukkan bahwa terdapat pengaruh sebesar 0,303 (30,3%). Sehingga dalam hal ini responden memberikan tanggapan bahwa pemasaran pada media sosial dapat

membangun ketertarikan responden dalam mencari informasi serta minat berkunjung pada Pop-up *restaurant* di Kota Bandung.

## 5.2 Saran

1. Bagi para pengusaha Pop-up *restaurant* di Kota Bandung untuk memanfaatkan media sosial sebagai media pemasaran dengan memperhatikan pembuatan konten yang menarik dan membagikannya guna membangun ketertarikan dan daya ingat para konsumen.
2. Bagi generasi Z yang sudah membuat konten mengenai Pop-up *restaurant* di Kota Bandung, buatlah komunitas yang menginformasikan mengenai berbagai Pop-up *restaurant* di Kota Bandung. Akan lebih efektif bila ada satu akun besar di media sosial yang menaungi untuk para pelaku usaha Pop-up *restaurant* untuk bisa memberikan informasi yang akurat tentang jawal buka, tempat, dan tanggal nya.
3. Bagi peneliti selanjutnya untuk meneliti variabel independen lain guna memperkaya hasil penelitian terkait faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat berkunjung pada Pop-up *restaurant* di Kota Bandung.