

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 KESIMPULAN**

Berdasarkan temuan penelitian maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Social media marketing* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. *Brand trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
3. Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli ulang .
4. *Social Media Marketing* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli ulang .
5. *Brand Trust* tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli ulang .

#### **5.2 SARAN**

Hasil penelitian ini memberikan sejumlah saran yang praktis bagi Muara Café and Space dalam meningkatkan strategi pemasaran mereka. Pertama, perlu ditingkatkan strategi *Social Media Marketing* dengan fokus pada pembuatan konten yang tidak hanya menarik perhatian tetapi juga memberikan informasi berharga bagi audiens target. Dengan demikian, Muara Café and Space dapat memperkuat keterlibatan dengan pengguna di platform media sosial dan mempertahankan ketertarikan mereka.

Kedua, disarankan untuk mendorong *Brand Trust* dengan membangun karakteristik keistimewaan produk dan juga layanan. Dengan ditingkatkan kedua faktor ini akan menumbuhkan suatu ciri khas pada Muara Café and Space dan juga meningkatkan kepuasan pelanggan.