

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian mengenai pengaruh pemasaran digital melalui media sosial instagram dalam membangun *brand awareness* pada Kopi Siloka Tasikmalaya, yaitu:

1. Gambaran pemanfaatan pemasaran digital melalui media sosial instagram pada Kopi Siloka dapat dilihat dari indikator pemasaran digital yang memiliki kategori baik pada indikator *credibility*. Kopi Siloka memiliki kategori buruk pada indikator *online communities, interaction, sharing of content, dan accessibility*. Hasil ini menunjukkan bahwa Kopi Siloka belum berhasil dalam memanfaatkan pemasaran digital melalui media sosial Instagram secara efektif.
2. Pemasaran digital melalui media sosial instagram berpengaruh positif terhadap *brand awareness* pada Kopi Siloka Tasikmalaya, yaitu sebesar 0,813 atau 81,3%, dimana 18,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti atau tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini diketahui dengan dilakukannya uji linear sederhana dan uji t. Oleh karena itu, jika pemanfaatan pemasaran digital melalui media sosial instagram ditingkatkan, maka kemungkinan besar *brand awareness* Kopi Siloka akan meningkat.

5.2 Implikasi

Implikasi hasil penelitian terkait pengaruh pemasaran digital melalui media sosial instagram dalam membangun *brand awareness* pada Kopi Siloka Tasikmalaya, yaitu masih adanya indikator pemasaran digital yang cukup rendah sehingga dapat berimplikasi pada rendahnya *brand awareness* pada Kopi Siloka. Jika pemasaran digital melalui media sosial instagram tidak diperbaiki dan ditingkatkan, maka *brand awareness* Kopi Siloka Tasikmalaya akan rendah. Terdapat indikator pada pemasaran digital yang perlu ditingkatkan dengan cara membuat konten yang menarik dan berkualitas, berinteraksi secara aktif dengan pengikut, dan memanfaatkan fitur yang disediakan oleh instagram.

Handi Firlana, 2023

PENGARUH PEMASARAN DIGITAL MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS PADA KOPI SILOKA TASIKMALAYA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

5.3 Rekomendasi

Terhadap segala kekurangan dalam penelitian ini, maka peneliti memiliki beberapa rekomendasi bagi penelitian selanjutnya dan bagi Kopi Siloka Tasikmalaya:

1. Melakukan analisis media sosial lainnya, selain Instagram, terdapat media sosial lain yang juga yang memiliki pengaruh dalam membangun *brand awareness*. Penelitian selanjutnya dapat menganalisis pengaruh media sosial lain seperti Facebook, Twitter, atau TikTok dalam mempengaruhi *brand awareness*. Perbandingan ini akan memberikan pemahaman yang lebih lengkap mengenai peran media sosial dalam membangun *brand awareness* secara menyeluruh.
2. Melakukan pengaruh konten yang dapat mempelajari pengaruh membangun *brand awareness* di Instagram. Hal ini meliputi analisis konten visual, penggunaan cerita merek, dan konsistensi mengunggah konten serta pengaruh konten yang dihasilkan oleh pengguna.
3. Kopi Siloka Tasikmalaya dapat menerapkan upaya yang dapat membangun *brand awareness* seperti membuat konten yang berkualitas dan kreatif, menggunakan hashtag untuk meningkatkan kunjungan profil instagram, memiliki interaksi yang aktif kepada pengikut instagram, konsisten dalam mengunggah konten di instagram serta melakukan kolaborasi dengan *influencer* atau selebgram yang berperan penting dalam membangun pengenalan merek yang kuat.