

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Penggunaan Instagram sebagai media *marketing* di industri restoran sangatlah penting. Instagram sebagai media sosial yang telah digunakan oleh banyak orang dapat dimanfaatkan oleh industri restoran sebagai sarana dalam melakukan *marketing*. Pemanfaatan Instagram ini dapat menghasilkan peran positif yang ditunjukkan oleh konsumen. Penelitian ini menggunakan *systematic literature review* untuk mengetahui penggunaan Instagram sebagai media *marketing* dengan menjabarkan pengaruh penggunaannya yang ditimbulkan terhadap perilaku konsumen.

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, penelitian ini berhasil menjawab kedua pertanyaan penelitian. Dari lima belas studi yang didapat dengan rentan waktu selama enam tahun terakhir diketahui bahwa terdapat berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan dari Instagram sebagai media *marketing* di industri restoran, fitur yang dimaksud adalah “suka”, komentar, tagar, *share*, *direct message*, dan filter foto. Kegiatan *Instagram Marketing* dapat menciptakan hasil yang baik jika dikelola dengan baik dan benar. Instagram menawarkan manfaat yang sangat besar bagi restoran dalam menjual produk serta layanannya melalui bentuk foto dan video. Instagram sebagai media sosial yang berfokus dalam bentuk tersebut sangatlah cocok untuk membantu restoran menjual produk dan layanannya dalam konteks fotografi. Visualitas yang ditawarkan kepada konsumen dapat menciptakan persepsi yang positif yang akan membantu menumbuhkan perilaku positif konsumen serta kesadaran merek.

5.2 Keterbatasan dan Implikasi Penelitian

Setiap penelitian memiliki keterbatasan, sama halnya seperti penelitian ini. Berdasarkan hasil identifikasi yang dilakukan selama penelitian dilakukan, penelitian ini dapat menjadi arahan untuk peneliti selanjutnya dalam melangkapi studi, penelitian ini juga memiliki keterbatasan yaitu penelitian dilakukan hanya dengan berfokus pada studi 6 tahun terakhir. Selain itu, penelitian terbatas hanya

mengidentifikasi 15 artikel yang relevan, dan keterbatasan penelitian terdapat pada pertanyaan penelitian yang berfokus pada hanya 2 pertanyaan penelitian.

Dari kesimpulan yang ditarik, penelitian ini memiliki implikasi dalam bidang pemasaran pariwisata dan penelitian lanjutan, sehubungan dengan hal tersebut maka implikasi dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Implikasi Penelitian bagi Literatur Pemasaran Pariwisata

Penelitian ini menjadi dasar pengembangan ilmu manajemen pemasaran pariwisata yang berkaitan dengan penggunaan *Instagram marketing* di industri restoran, dimana dapat mengembangkan penelitian lanjutan bagi peneliti berikutnya. Selain itu, penelitian ini dapat mengembangkan studi *digital marketing* dengan menggunakan metode tinjauan pustaka sistematis dengan mengidentifikasi penelitian - penelitian terdahulu.

2. Implikasi Penelitian bagi *Stakeholder* di Industri Restoran

Hasil penelitian ini memberikan sumbangan dalam aspek praktis dalam pengetahuan akan *Instagram marketing* di industri restoran untuk memberikan masukan kepada *stakeholder* di industri restoran dalam mengetahui penggunaan Instagram sebagai media *marketing*.

5.3 Rekomendasi

Penelitian ini masih sangat terbatas mengenai pembahasan yang hanya terfokus pada beberapa hal dalam *Instagram Marketing* diantara banyaknya fitur Instagram yang dapat dimanfaatkan dalam upaya pemasaran. Selain itu, peneliti memiliki keterbatasan dalam mencari artikel yang diperlukan karena hanya mencari dalam 3 database saja. Temuan pada penelitian ini menghasilkan beberapa kesempatan untuk penelitian selanjutnya. Karena penelitian sebelumnya hanya berfokus pada penggunaan fitur Instagram secara umum dan belum membahas keseluruhan fitur yang disediakan oleh Instagram seperti “*story*” dan algoritma.

Penelitian lanjutan dapat meneliti mengenai faktor penting lainnya yang berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen, terutama pada faktor *Instagram Marketing* berdasarkan ketertarikan konsumen seperti waktu promosi yang baik. Hal ini diharapkan dapat membantu industri restoran dalam memaksimalkan penggunaan Instagram sebagai media *marketing*, dan tentunya menciptakan

peluang yang lebih luas dalam melakukan *digital marketing*. Rekomendasi selanjutnya penulis menyarankan untuk meneliti mengenai pengaruh lainnya yang ditimbulkan dengan adanya pemanfaatan *Instagram* sebagai media *marketing* yang lebih unggul, atau juga pembahasan mengenai strategi penggunaan *Instagram* sebagai media *marketing* yang lebih terfokus pada wilayah khusus serta jenis restoran tertentu seperti *fine dining restaurant*, *fast food restaurant*, dan *specialty restaurant*.