

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah terdapat pengaruh dari aktivitas *social media marketing* Instagram @healthymkitchen terhadap *brand awareness*. Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan maka dapat disimpulkan beberapa hal yaitu:

1. *Social media marketing* Instagram @healthymkitchen memiliki pengaruh signifikan terhadap *brand awareness*. Terlihat dari jawaban 300 responden, hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh aktivitas *social media marketing* yang terdiri dari dimensi *Online Communities, Interaction, Sharing of content, Accessibility, Credibility* berpengaruh terhadap *brand awareness* M Kitchen.
2. Terdapat pengaruh antara *social media marketing* Instagram @healthymkitchen terhadap *brand awareness* dengan membandingkan F hitung dengan F tabel yaitu $68,556 > 3,61$, dengan signifikansi 0,000. Maka dari itu dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima, yaitu terdapat pengaruh antara *social media marketing* terhadap *brand awareness*.
3. Berdasarkan uji regresi linear sederhana, dapat disimpulkan bahwa pengaruh antara *social media marketing* terhadap *brand awareness* sebesar 51,3%.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa keterbatasan. Dari segi pengumpulan data, penelitian berikutnya dapat memperoleh informasi yang lebih banyak dan beragam mengenai variabel *brand awareness* sehingga dapat memperluas pernyataan yang disebar kepada responden.

Variabel *brand awareness* masih dapat dikembangkan lagi menggunakan dimensi yang berbeda untuk mengetahui misalnya indikator lain yang menjadi pengukuran terbentuknya *awareness*. Sama halnya dengan *social media marketing*, penelitian selanjutnya dapat berkembang dari segi dimensi yang berbeda agar mendapatkan strategi yang berbeda.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil analisis dari penelitian ini diperuntukkan untuk objek penelitian, yaitu M Kitchen yang menggunakan strategi pemasaran agar lebih meningkatkan lagi daya tarik sosial media, Disarankan kepada akun @healthymkitchen untuk lebih mengencangkan lagi konten yang memotivasi pengikut untuk ikut bergabung pada aktivitas yang dibagikan oleh M Kitchen misalnya dengan cara membuat promosi atau *giveaway* yang mengharuskan pengikut aktif berinteraksi melalui akun Instagram @healthymkitchen seperti meminta saran atau request konten apa saja yang diperlukan atau diminati oleh pengikut Instagram maupun masyarakat.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA