

BAB V

SIMPULAN DAN HASIL

5.1 Simpulan

Setelah melalui proses pengumpulan, pengolahan, dan analisis data untuk menemukan apakah ada pengaruh antara *social media marketing* Instagram terhadap brand awareness sunyi house of coffee & hope maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Hipotesis H_0 ditolak dan Hipotesis H_1 berdasarkan hasil dari uji nilai Sig. 0,00 yang mana jika nilai signifikansi kurang dari <0.05 maka menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara *social media marketing* terhadap *brand awareness* Sunyi House of Coffee & Hope.
- b. Hasil uji spss, variabel *social media marketing* (X) memiliki pengaruh sebesar 44/% terhadap variabel *brand awareness* (Y) dan sisanya 56% dipengaruhi oleh variabel lain. Dengan nilai interval koefisien sejumlah 0,663 yang mana berada di kisaran *range* 0,60-0,799 yang dapat diartikan sebagai adanya hubungan kuat dan positif terhadap variabel dependen.

5.2 Saran

Peneliti telah menghimpun beberapa saran yang dapat diberikan berdasarkan dari aspek akademis dan praktis untuk membantu terciptanya penelitian serupa, serta membantu pihak Sunyi House of Coffee untuk dapat lebih mengembangkan aktivitas pemasaran di akun Instagram @sunyicoffee.

5.2.1 Saran Akademis

Ditinjau berdasarkan dari penelitian yang sudah dilakukan terdapat 66% faktor lain yang mempengaruhi *brand awareness*. Maka dari itu peneliti menyarankan bagi penelitian selanjutnya untuk dapat menganalisis

dari sudut pandang *digital marketing* khususnya penelitian tentang *content marketing* dalam menciptakan *brand image* bisnis berbasis *sociopreneurship*

5.2.2 Saran Praktis

Ditinjau dari hasil penelitian yang sudah dilakukan, terdapat beberapa saran yang bisa diberikan untuk Sunyi House of Coffee & Hope dalam melakukan aktivitas *social media marketing* dengan tujuan membangun *brand awareness* Sunyi House of Coffee & Hope di media sosial Instagram, sebagai berikut

- a. Pihak Sunyi House of Coffe diharapkan untuk bisa dapat lebih aktif dalam berinteraksi dengan *follower / audience*. Interaksi yang terjadi antara admin dari akun Instagram @sunyicoffe dirasa masih kurang terlihat dari minimnya tanggapan yang diberikan oleh *audience* pada kolom komentar.
- b. Pihak Sunyi House of Coffe diaharapkan dapat membuat konten baru yang dapat membuat *audience* tertarik untuk memberikan tanggapan, seperti konten *quiz* dalam bentuk tebak kalimat dengan gambar jari yang merujuk pada bahasa isyarat dengan hadiah voucher gratis kopi.
- c. Pihak Sunyi House of Coffe diharapkan untuk tetap mempertahankan konten yang memuat informasi seputar promo kopi, dikarenakan konten tersebut menjadi yang paling menarik bagi konsumen.