

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Instagram Kebab Gendats” maka dapat ditarik Kesimpulan bahwa Promosi Instagram Kebab Gendats dikatakan baik meliputi berikut:

1. *Attention* diukur dari adanya *update* informasi atau postingan, promosi diskon sangat dinanti oleh konsumen, testimoni sangat berguna untuk menarik perhatian, dan tempat suasana restoran untuk menggambarkan suasana restoran.
2. *Interest* dapat dinilai dari sudah menjadi pengikut, menyalakan notifikasi agar tidak ketinggalan updatean terbaru, tertarik untuk mendapatkan informasi tentang updatean atau promosi terbaru, dan menyukai postingan.
3. *Dessire* promosi yang dilakukan kebab gendats juga baik diukur dari keinginan untuk mencoba produk, mencari tahu cara pemesanan, mengajak kerabat/keluarga untuk membeli, dan bersedia membayar lebih apabila kualitas yang diberikan baik.

4. *Action* diukur dari yakin dengan apa yang dibeli seperti menu *bestseller*, melakukan keputusan pembelian, bersedia membayar, dan memberikan testimoni atau reaksi pengalaman dia setelah mencoba.

B. Implikasi

Dari kesimpulan yang diperoleh, peneliti memberikan beberapa rekomendasi mengenai bagaimana meningkatkan promosi Kebab Gendats di Instagram menggunakan model AIDA, seperti berikut ini:

1. Implikasi Teoritis

Dalam penelitian ini, implikasi teoritisnya menggunakan model AIDA untuk mengukur efektivitas promosi di Instagram. Pada Implikasi Teoritis didapatkan teori mengenai keputusan pembelian yang dimana proses keputusan pembelian dipengaruhi oleh informasi yang tersedia dan bagaimana cara pemesanan yang jelas melalui postingan foto atau video tutorial Instagram.

2. Implikasi Praktis

Setelah melakukan penelitian tentang bagaimana promosi di Instagram Kebab Gendats bisa mempengaruhi pembelian dengan menggunakan Model AIDA. Dalam penelitian tentang promosi Kebab Gendats di Instagram, ada saran khusus untuk Instagram @kebabgendats.

1. Memberikan informasi yang lebih jelas dan menarik tentang promosi. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa informasi promosi di Instagram sesuai dengan apa yang ditawarkan di outlet.

2. Lebih kreatif lagi dalam ide konten, editing atau desain, dan menggunakan *caption* yang menarik untuk menaikkan *engagement* pada Instagram Kebab Gendats.
3. Mencoba untuk iklan berbayar agar pemasaran lebih luas dan meningkatkan penjualan pada Kebab Gendats.
4. Menggunakan *Platform* lain selain Instagram seperti contohnya Tiktok, X, dan Facebook agar lebih memperluas pemasaran pada Kebab Gendats.

C. Keterbatasan Penelitian

Dalam penyusunan penelitian ini pasti memiliki keterbatasan yang menghambat proses penyusunan penelitian, berikut ini adalah keterbatasan yang ada dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini masih terbilang sedikit untuk lebih mengeksplor terkait dimensi penelitian yaitu AIDA model, seharusnya bisa ditambahkan dengan metode EPIC atau AISAS
2. Pada penelitian ini juga kurang dijelaskan seperti bagaimana cara atau teknik untuk membuat konten promosi yang menarik di media sosial Instagram.
3. Keterbatasan waktu dalam menyesuaikan jadwal wawancara dengan responden sering kali terjadi antara peneliti dan responden, sehingga sulit menemukan waktu yang cocok untuk melakukan wawancara dan memperpanjang pengamatan. Hal ini disebabkan oleh kesibukan responden, sehingga sebagian besar wawancara dilakukan melalui Zoom.

4. Keterbatasan dalam proses pencarian responden untuk wawancara disebabkan oleh banyaknya orang yang enggan menjadi responden. Akibatnya, peneliti harus mencari kembali orang yang benar-benar bersedia untuk diwawancarai dan didokumentasikan.

D. Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan judul efektivitas iklan melalui media sosial Instagram dengan pendekatan AIDA Model peneliti memberikan saran & rekomendasi guna untuk penelitian selanjutnya yang lebih baik dijelaskan sebagai berikut :

1. Menambah jumlah sampel dan memperluas lingkup penelitian. Hal ini untuk mengukur tingkat efektivitas promosi yang lebih maksimal karena mendapatkan responden yang banyak dan ruang lingkup penelitian yang lebih luas.
2. Untuk penelitian selanjutnya tidak hanya meneliti efektivitas promosi Kebab Gendats di media sosial Instagram, bisa meneliti efektivitas promosi di Tiktok sehingga bisa menganalisis dan membandingkan tingkat efektivitas promosi dari kedua media sosial tersebut.