

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, penelitian ini menyimpulkan “Analisis Efektivitas Promosi Instagram Berdasarkan Model SOR Dan Peran Mediasi Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian di Sumber Wandhe Coffee Lab”. Objek penelitian ini dianalisis menggunakan SEM-PLS dengan jumlah data sebanyak 100 responden. Dari hasil analisis didapatkan simpulan sebagai berikut :

1. Promosi melalui media sosial Instagram Sumber Wandhe Coffee Lab terbukti efektif berdasarkan pendekatan model S-O-R (*Stimulus-Organism-Response*), dengan nilai SOR Rate sebesar 4,20. Hasil ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang diterapkan berhasil diterima dengan baik oleh konsumen dan tergolong efektif dalam mempengaruhi persepsi konsumen.
2. Efektivitas promosi memiliki pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan koefisien jalur sebesar 0,238 (p-value 0,006). Meskipun pengaruh langsungnya relatif lebih kecil, hasil uji mediasi menunjukkan bahwa *brand awareness* berperan sebagai mediator parsial dalam hubungan antara efektivitas promosi dan keputusan pembelian. Pengaruh tidak langsung melalui *brand awareness* (0,519) lebih besar dibandingkan pengaruh langsung (0,238), yang menunjukkan bahwa sebagian besar pengaruh efektivitas promosi terhadap keputusan pembelian terjadi melalui peningkatan brand awareness terlebih dahulu.
3. *Brand awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan koefisien jalur sebesar 0,624 (p-value <0,001). Hal ini

menunjukkan bahwa kesadaran konsumen terhadap merek Sumber Wandhe Coffee Lab berperan penting dalam meningkatkan kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian. Kesadaran merek yang kuat membantu konsumen dalam proses evaluasi alternatif dan mempermudah pengambilan keputusan pembelian produk.

5.2 Saran

1. Bagi Sumber Wandhe Coffee Lab

Strategi pemasaran yang efektif tidak hanya harus berfokus pada promosi yang langsung mendorong pembelian, tetapi juga harus memperhatikan pembentukan kesadaran merek yang kuat. Oleh sebab itu, Sumber Wandhe Coffee Lab sebaiknya memberikan *stimulus* yang mengikuti tren seperti musik atau konsep video, memberikan kesan penasaran yang mengakibatkan *followers* mencari lebih lanjut lagi ke Instagram Sumber Wandhe Coffee Lab, dan tetap mempertahankan konten *storytelling*.