BAB V
KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti dengan judul Strategi Promosi Pada Lamierra Coffee Untuk Meningkatkan Volume Penjualan menunjukkan bahwa Lamierra Coffee menghadapi permasalahan dalam menjangkau konsumen baru karena kurang optimalnya penggunaan media sosial terutama Tiktok, sebagai media promosi. Sebagai solusi, pendekatan promosi menggunakan konsep AIDA *(Attention, Interest, Desire, Action)* diterapkan dalam bentuk video sinematik berdurasi singkat dan video pendek tren. Strategi promosi ini terbukti mampu berhasil menarik perhatian audiens, membangkitkan minat dan keinginan untuk berkunjung, hingga akhirnya mendorong tindakan berupa pembelian di Lamierra Coffee. Penyampaian pesan visual yang menarik dan emosional disesuaikan dengan karakteristik pengguna Tiktok sehingga mampu meningkatkan jangkauan dan keterlibatan. Strategi promosi melalui media sosial, khususnya TikTok, memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan volume penjualan Lamierra Coffee.

Dampak dari strategi ini sangat jelas terlihat melalui peningkatan interaksi digital seperti peningkatan jumlah kunjungan profil, penayangan video, interaksi dalam bentuk like, simpan, dan bagikan, serta bertambahnya jumlah pengikut akun TikTok Lamierra Coffee. Dampak paling nyata terlihat dari peningkatan penjualan, yang semula rata-rata 800 *cup* per bulan menjadi sekitar kurang lebih 1.500 *cup* per bulan setelah unggahan video promosi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi promosi melalui tiktok menggunakan pendekatan AIDA terbukti efektif dalam memperkuat menarik pelanggan dan volume penjualan Lamierra Coffee.

B. Saran

Peneliti memberikan saran kepada Lamierra Coffee agar terus memanfaatkan media sosial, khususnya TikTok, sebagai sarana utama dalam strategi promosi digital. Dengan memproduksi konten video promosi secara konsisten dan menarik, Lamierra Coffee dapat mempertahankan bahkan meningkatkan tren positif dalam volume penjualan. Selain itu, peneliti menyarankan Lamierra Coffee untuk lebih memahami karakteristik audiens di media sosial, sehingga konten yang dibuat dapat lebih tepat sasaran dan membangkitkan minat yang lebih besar dari calon pelanggan dan juga Lamierra Coffe perlu yang namanya evaluasi berkala terhadap konten untuk media sosialnya dan respon pasar juga penting dilakukan agar strategi promosi yang diterapkan tetap relevan dan efektif dalam mendukung pertumbuhan bisnis.