

BAB VI

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka pada bab ini penulis akan menarik kesimpulan dari penelitian ini juga memberikan saran sebagai bahan pertimbangan penelitian berikutnya yang serupa.

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan interpretasi data yang diperoleh penulis selama melakukan penelitian, Brand Awareness produk kecantikan skincare wajah pada media sosial instagram (studi kasus pada konsumen remaja followers online shopee @daskinbeauty kota maumere) dapat disimpulkan bahwa, dilihat dari *brand recall* atau daya ingat konsumen mengenai produk, *brand recognition* atau daya ingat konsumen mengenai konsumen hanya melalui ciri-ciri suatu produk, *Purchase Decision* atau keranjang belanja konsumen, *Consumption* atau produk yang paling di ingat konsumen atau menjadi top of mine. Daya ingat konsumen ketika di ajukan pertanyaan tentang merek apa saja yang mereka ingat. Dalam penelitian ini ingin meneliti mengenai seberapa kenal konsumen dengan merek skincare yang dijual pada @daskinbeauty. *Brand Recognition*, Daya ingat konsumen dalam mengenali merek dalam satu kategori tertentu dengan bantuan menyebutkan ciri-ciri dari merek produk. Dalam penelitian ini ingin meneliti seberapa kenal konsumen dengan merek skincare dengan diberi bantuan menyebutkan ciri-ciri dari merek tersebut.

Purchase Decision, Daya ingat konsumen untuk memasukkan merek produk perusahaan ke dalam alternatif pilihan keranjang belanja mereka ketika mereka akan membeli produk atau layanan. Beberapa faktor dari brand awareness ini hampir keseluruhan dimiliki atau dirasakan oleh konsumen dari mengingat produk, produk yang dikenal melalui ciri-ciri, memiliki keranjang belanja produk skincare wajah pada @daskinbeauty, dan produk skincare wajah yang menjadi top mine informan.

6.2 Saran

Setelah menganalisa dan menyimpulkan tentang brand awareness produk kecantikan skincare wajah @daskinbeauty pada 5 informan, maka penulis menawarkan beberapa saran. Adapun saran-saran yang dapat ditawarkan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi online shope daskinbeauty

Kiranya semakin menambah promosinya melalui media sosial agar produk skincare wajah yang baru cepat dikenal dikalangan konsumen. Meningkatkan konten yang lebih bervariasi agar meningkatkan penjualan dan semakin dikenal banyak orang baik dalam kota maumere maupun diluar kota maumere.

2. Bagi Almamater

Kiranya bisa mendorong mahasiswa untuk belajar lebih jauh mengenai pemasaran agar bisa diterapkan dikemudia hari dengan contoh mempelajari mengenai brand awareness ini lebih jauh dan mendalam.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Ketika ingin mengambil tentang *brand awareness* alangkah baiknya mengambil jenis brand awareness untuk menjadi indikator bahas penelitian agar menambah pengetahuan mengenai *brand awareness*.