



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN



A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan hasil perhitungan yang telah dilakukan pada 100 responden untuk mengetahui pengaruh Efektivitas *Social Media Marketing* dan *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Variabel Efektivitas *Social Media Marketing* terbukti memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening. Artinya, semakin efektif *social media marketing* dilakukan maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan.
2. Variabel *Brand Awareness* terbukti memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening. Artinya, semakin baik *brand awareness* pada suatu merek, maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan.

B. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan (Scarlett Whitening)
 - a. Diharapkan Scarlett Whitening untuk terus meningkatkan *Social Media Marketing* khususnya pada media sosial Instagram karena dapat menaikkan keputusan pembelian produk
 - b. Scarlett Whitening diharapkan membuat konten dengan inovasi baru sesuai dengan tren yang ada pada saat ini atau bisa juga dengan membuat *games-games edukatif* mengenai kecantikan atau perawatan yang seru agar Scarlett Whitening tetap bisa berinteraksi dengan para konsumennya dan pada

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

akhirnya membuat para konsumen menjadi tertarik untuk melakukan pembelian produk Scarlett Whitening.

- c. Scarlett Whitening diharapkan untuk mempertahankan dan menjaga *brand awareness* yang telah diciptakan sehingga *brand awareness* yang ada di benak para konsumen atau pelanggan tetap dan bagi calon konsumen yang baru akan semakin mengenal merek Scarlett Whitening tersebut.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti berharap penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan dan saran bagi penelitian selanjutnya sehingga dapat menghasilkan penelitian yang lebih kompleks dengan menggunakan faktor-faktor yang lainnya yang mempengaruhi terhadap keputusan pembelian sehingga penelitiannya jauh lebih baik lagi.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.