

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dari Bab sebelumnya, penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan melakukan pengolahan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner terhadap 120 responden tentang “Pengaruh Promosi Melalui Sosial Media *Instagram* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Brightcare.id.” Penelitian ini dilakukan pengujian dengan bantuan perangkat aplikasi komputer SPSS 23. Adapula kesimpulan dari hasil pengujian penelitian ini sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan dari promosi melalui sosial media *instagram* terhadap keputusan pembelian konsumen Brightcare.id.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan dari *brand awareness* terhadap keputusan pembelian konsumen Brightcare.id.
3. Terdapat pengaruh secara simultan dan signifikan dari promosi melalui sosial media *instagram* dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian konsumen Brightcare.id.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

### 1. Saran Bagi Perusahaan

- a. Untuk Brightcare.id, agar tetap mempertahankan strategi pemasarannya dengan memanfaatkan promosi melalui sosial media *instagram*. Dengan lebih mengembangkan promosi bukan hanya melalui sosial media *instagram* saja, tetapi bisa melalui *facebook* atau *marketplace* lainnya, sehingga kemungkinan konsumen melihat produk kita semakin besar dan akan meningkatkan keputusan pembelian terhadap produk Brightcare.id.
- b. Untuk Brightcare.id, agar tetap mempertahankan strategi pemasaran dengan pemanfaatan *brand awareness*. Kesadaran akan merek akan menjadi daya dukung untuk meningkatkan keputusan pembelian produk Brightcare.id. Semakin tinggi kesadaran merek terhadap produk, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian terhadap produk Brightcare.id
- c. Untuk Brightcare.id, agar untuk terus berinovasi dengan produk-produknya. Seperti lebih terus menggali kebutuhan pasar, dan *trend* yang terjadi dan dipadukan dengan keunikan dari perusahaan, agar terus mampu memiliki kepercayaan dari konsumen dan menarik perhatian konsumen baru.

## 2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Untuk penelitian selanjutnya yang ingin meneliti dengan topik yang sama, disarankan untuk menggunakan metodologi penelitian dan objek penelitian yang berbeda, agar terlihat perbedaan dan persamaan antara penelitian ini dan penelitian yang dilakukan sehingga akan menambah pengetahuan bagi banyak pihak.
- b. Untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti variabel lain seperti *public relation*, *brand ambassador*, dan lain-lain yang berhubungan dengan dengan promosi sosial media dan *brand awareness* guna meningkatkan keputusan pembelian yang tidak diteliti dalam penelitian ini.