

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Maka dari penelitian yang dilakukan oleh penulis, kesimpulannya ialah strategi komunikasi pemasaran skincare NBS melalui media sosial Instagram dalam membentuk *brand image* mendapat kesimpulan bahwa :

1. Strategi pemasaran komunikasi pemasaran yang nbs lakukan dengan melalui komunikasi persuasive melalui pembuatan konten sehingga menaikkan brand image.
2. Strategi komunikasi pemasaran pada nbs adalah dengan melakukan komunikasi persuasi.
 - a. Dengan membuat promosi untuk semakin menarik perhatian pada konsumen dari NBS dan followers baru yang ingin mencoba menggunakan produk NBS.
 - b. Melakukan review pada produk NBS untuk para konsumen dari NBS ini bisa melihat dahulu pada produknya dan dijelaskan kegunaan dan manfaatnya. Sehingga tidak asal membeli.

5.2 Saran

Bedasarkan pada penelitian yang telah dilakukan oleh penulis mengenai strategi. Maka disini peneliti ingin memberi saran dan masukan berupa praktis maupun teoritis untuk bahan evaluasi, bacaan. Hal ini untuk pembaca dan peneliti yang ingin melakukan penelitian selanjutnya, sebagai berikut :

5.2.1 Saran Praktis

1. NBS Skincare dalam melakukan kegiatan pemasarannya sebaiknya bisa mengadakan event-event terkait dengan bidang kecantikan atau skincare seperti seminar skincare, *beauty class*.

2. Peneliti menyerankan untuk NBS Skincare agar terus mempertahankan dan memperkuat *brand image* sebagai skincare.

5.2.2 Saran Teoritis

1. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan untuk lebih menyelidiki tentang strategi pemasaran yang dilakukan oleh NBS Skincare di media sosial instagram.
2. Bagi para peneliti selanjutnya, untuk lebih memperhatikan penelitian dengan *brand image* pada suatu produk yang nantinya akan dibahas.

