

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil temuan penelitian serta pembahasan, maka penulis dapat menarik kesimpulan terhadap akun Instagram @lashlashes\_ yaitu :

1. Komunikasi Pemasaran yang dilakukan oleh @lashlahes\_ melalui media sosial Instagram sudah tepat dilakukan melalui beberapa hal untuk mendukung pemasaran yang dilaksanakan agar sesuai dengan tujuan yang sudah di rencanakan. Terdapat beberapa elemen yang ada dalam sebuah strategi komunikasi pemasaran yaitu menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P yaitu *Product* (produk yang ditawarkan @lashlashes\_ ini adalah *treatment eyelash extension* dengan kualitas bulu yang halus dan lem yang kuat tahan lama), *Price* (harga *eyelash extension* di @lashlashes\_ berkisar Rp.130.000 sampai Rp.210.000 tergantung tipe ketebalannya), *Place* (tempat yang dipilih @lashlashes cukup strategis untuk dijangkau para kostumer karena berada diperumahan), dan *Promotion* (promosi yang ditawarkan oleh @lashlashes\_ adalah potongan *treatment eyelash extension* setiap hari selasa).
2. Dalam pelaksanaan Komunikasi Pemasaran yang digunakan oleh @lashlashes\_ melalui media sosial Instagram antara lain dengan memberikan kegiatan melalui Instagram seperti promo dihari tertentu. Melalui Instagram juga memanfaatkan publisitas dengan memanfaatkan testimoni yang diberikan oleh konsumen dalam menarik konsumen baru. Dalam hal promosi penjualan, yaitu dengan memberikan potongan harga dan diunggah melalui Instagram. Media Instagram ini dipilih karena sesuai dengan target *audience* yang diinginkan dan fitur-fitur dapat mendukung kegiatan pemasaran yang dilaksanakan.serta mendukung penjualan produk.
3. Dalam mengukur hasil yang dilakukan oleh @lashlashes\_ adalah dengan melihat kepuasan konsumen. Tujuannya untuk mengetahui sudah tercapai belum serta mengetahui kekurangan agar pelayanan yang dilakukan selanjutnya bisa lebih baik

lagi. Hasil yang ditunjukkan oleh konsumen merasa puas dengan apa yang di tampilkan di instagram @lashlashes\_ karena mendapatkan wawasan perihal perawatan didalam akun tersebut. Kepuasan konsumen juga menjadi daya tarik bagi calon konsumen untuk membeli produk yang ada karena percaya terhadap testimoni yang telah diberikan.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dengan melihat realita dilapangan, maka peneliti memiliki beberapa saran yaitu :

1. Bagi para penjual jasa *eyelash extension*, terutama pada @lashlashes\_ penulis berharap skripsi ini menjadi bahan perbaikan untuk lebih baik lagi. Penulis memberikan saran sebaiknya bisa menambahkan frekuensi penggunaan di media sosial yang lain seperti TikTok disamakan dengan Instagram, guna memperluas kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan. Mengadakan Penawaran harga khusus. di akun penjualan, agar banyak pengunjung yang datang ke akun @lashlashes\_. Selain itu, bisa menyediakan pertanyaan yang lucu di *instastory* Instagram agar konsumen dan calon konsumen dapat terhibur ketika mengunjungi akun @lashlashes\_ dan melihat instastory nya.
2. Bagi akademik, penulis berharap skripsi ini bisa menambah wawasan dan keilmuan, menjadi penunjang atau tolak ukur bagi peneliti ataupun akademik yang ingin meneliti judul yang mirip dengan skripsi ini. Penulis berharap dengan adanya skripsi ini dapat memberikan karya-karya tulis ilmiah dan dapat dikembangkan dikemudian hari.