

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan yang disesuaikan dengan tujuan penelitian ini, yaitu promosi yang dilakukan perusahaan kecantikan Raj *Aesthetic Centre* dalam akunnya *@raj.aesthetic.centre* sudah menjalankan seperti yang semestinya dengan menghubungkan ke bauran promosi menjadikan promosinya berjalan efisien dan efektif, adapun strategi yang digunakan oleh perusahaan Raj *Aesthetic Centre* seperti *customer royalty program, discount, lucky dip, special offer*, dan kuis.

Penggunaan aplikasi yang cukup mudah, serta kelebihan-kelebihan secara tampilan dan fitur yang mendukung dalam promosi seperti *hashtag, arroba, share to, caption*, dan *tagging*. Jangkauan lebih luas sehingga mendapatkan dampak pengunjung yang meningkat signifikan, untuk biaya yang dikeluarkan Raj *Aesthetic Centre* dalam promosinya lebih minim dibandingkan menggunakan media konvensional.

#### 5.2 Saran

Promosi menggunakan media sosial *Instagram* telah memberikan dampak positif jika penggunanya sendiri memahami dan menggunakannya sesuai dengan kebutuhan dan tujuannya, promosi yang dilakukan Raj *Aesthetic Centre* diharapkan selalu mengutamakan kebutuhan pelanggan dalam bentuk inovasi promosi yang telah dibuat. Promosi yang dijalankan lebih mengembangkan dalam bentuk foto, video, dan alat promosi di media sosial lainnya seperti flyer dan poster internet yang lebih menarik untuk dapat bersaing dengan promosi bisnis

kecantikan lainnya. Selalu membaca kebutuhan akan minat masyarakat di media sosial, *memonitoring* perkembangan secara rutin, lebih ditingkatkan kembali untuk program-program baru yang melibatkan pelanggan.

