

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan menghasilkan kesimpulan yang menjawab tujuan penelitian dengan karakteristik responden didominasi oleh perempuan dengan umur 20-25 tahun yang sebagian besar merupakan ibu rumah tangga dan karyawan swasta. Responden umumnya memiliki lama waktu pemakaian lipstik Maybelline yaitu kurang dari satu tahun.

1. Promosi Media sosial (Youtube) berpengaruh tidak signifikan pada intensi pembelian lipstik Maybelline di Tambun Utara sebesar 1.400. Peneliti menduga pada akun Youtube Maybelline Indonesia belum mampu mendorong intensi pembelian pada konsumen lipstik Maybelline di Tambun Utara diduga konsumen di Tambun Utara belum begitu familiar dengan Youtube. Hal ini diduga promosi pada akun Youtube Maybelline Indonesia terlihat belum menarik atau belum mampu mengambil perhatian konsumen untuk mengikuti informasi pada media sosial Youtube Maybelline Indonesia.
2. *Brand Awareness* berpengaruh secara signifikan pada intensi pembelian lipstik Maybelline di Tambun Utara.
3. *Brand Image* berpengaruh secara signifikan pada intensi pembelian lipstik Maybelline di Tambun Utara.
4. *Perceived Quality* berpengaruh secara signifikan pada intensi pembelian lipstik Maybelline di Tambun Utara.

5.2. Implikasi Manajerial

Hasil olahan data melalui analisis deskriptif dan metode SEM pada penelitian ini dapat menjadi *insight* bagi pihak manajerial lipstik Maybelline untuk mengaplikasikannya sesuai dengan empat fungsi manajemen yaitu *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *leading* (pengarahan), dan *controlling* (pengendalian). Berdasarkan hasil olah data yang sudah diteliti, dapat terlihat bahwa promosi media sosial Youtube Maybelline Indonesia tidak berpengaruh secara signifikan terhadap intensi pembelian lipstik Maybelline. Hal

ini menjadi informasi bagi pihak manajerial lipstik Maybelline agar memfokuskan aktivitas pemasaran untuk program yang bertujuan meningkatkan promosi pada media sosial Youtube agar banyak konsumen yang mengikuti akun Youtube Maybelline Indonesia sehingga diharapkan akan berdampak pula pada peningkatan intensi pembelian produk lipstik Maybelline.

Adapun untuk *brand equity* yang terdiri dari *brand awareness*, *brand image* dan *perceived quality* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap intensi pembelian. Diantara tiga variabel *brand equity*, *brand image* memiliki nilai signifikansi terbesar. Hal ini menunjukkan *image* pada sebuah merek sangat dipertimbangkan oleh konsumen untuk membeli suatu produk.

Dari analisis yang sudah diungkapkan, maka implikasi manajerial yang bisa dilakukan adalah dengan merumuskan *planning* program promosi dengan menggunakan Youtube sebagai sarana berbagi informasi mengenai tips dalam bermake up dan memberikan masukan-masukan atau review-review lipstik dari berbagai *beauty blogger* Indonesia. *Planning* ini bertujuan agar pengguna Youtube lebih *aware* terhadap merek lipstik Maybelline sehingga ketika mereka ingin membeli produk lipstik, mereka akan mengingat merek lipstik Maybelline dan kemudian memutuskan untuk membelinya.

Melakukan *organizing* dan *leading* dalam mengelola akun Youtube Maybelline agar lebih informatif dan interaktif. Pihak manajerial perlu mengatur sumber daya yang akan digunakan dan memberikan arahan agar administrator dan produser akun Youtube Maybelline Indonesia melakukan pembuatan video dan melakukan *update status* secara berkala dan rutin. Hal ini bertujuan agar penonton dan subscriber Youtube Maybelline Indonesia dapat memperoleh informasi secara *up to date* mengenai produk ataupun promosi yang sedang berlangsung. Administrator pada akun Youtube Maybelline Indonesia juga diarahkan agar bisa melakukan komunikasi yang interaktif dengan pengunjung akun Youtube misalnya dengan menjawab pertanyaan pada kolom komentar atau merespon request yang dari pengunjung Youtube Maybelline.

Rutin mengadakan *controlling* terhadap akun Youtube Maybelline Indonesia dengan menganalisis bagian "*insights*" yang sudah terdapat pada bagian pengelolaan Youtube. Dari data *insights* Youtube ini pihak manajerial dapat

melihat data statistik berkala selama sepekan mengenai jumlah *likers*, data demografi *likes*, dan jumlah penonton, kecepatan administrator dalam menganggapi pengunjung, dan banyaknya jangkauan serta interaksi pada setiap video.

