

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada *makeupby_virakey* strategi pemasaran telah diterapkan oleh *makeupby_virakey*, dengan menawarkan jasa *Make Up Artist (MUA)*, *hairdo*, *hijabdo*, dan *photographer* maka dapat disimpulkan bahwa, *makeupby_virakey* dapat memasarkan jasanya Vira Kusumawati menggunakan *marketing mix* atau bauran pemasaran dengan konsep 4P yaitu (*product, price, place* dan *promotion*). Strategi pemasaran yang dilakukan oleh *makeupby_virakey* yaitu dengan cara menggunakan media sosial dengan memanfaatkan beberapa fitur yang tersedia di Instagram. Hal yang ditawarkan yaitu produk yang ditemukan pada penelitiannya yaitu berupa jasa dimana terdiri dari *Make Up Artist (MUA)*, *hairdo*, *hijabdo*, dan *photographer*. Harga yang ditawarkan oleh *makeupby_virakey* yang ditemukan oleh peneliti yaitu mulai dari 200,000 hingga 500,000 ribu rupiah harga tersebut disesuaikan dengan kebutuhan konsumen dan fasilitas yang didapatkan oleh konsumen berdasarkan dengan jenis kosmetik yang akan digunakan. Tempat yang ditemukan oleh peneliti yaitu *makeupby_virakey* menyediakan studio *makeup* bagi para calon konsumen yang akan datang langsung ke tempat yang masih berlokasi di Bekasi. Terakhir promosi, promosi yang dilakukan oleh *makeupby_virakey* menggunakan media sosial Instagram dengan memanfaatkan beberapa fitur yang tersedia seperti *feeds, instastory, caption, reels, highlight*, dan *followers*. Dapat dilihat semakin banyaknya *followers* dari hasil *makeupby_virakey* selama melakukan strategi pemasaran melalui media sosial maupun secara langsung yang sebelumnya *followers* hanya 4,384 bertambah menjadi 4,545 *followers*, sehingga strategi *marketing mix* sangat berpengaruh dalam menarik konsumen untuk menggunakan jasa dari *makeupby_virakey*. Maka dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh *makeupby_virakey* berhasil untuk memperluas jangkauan untuk mendapatkan calon konsumen melalui media sosial. Dari hasil data yang ditemukan bahwa konsumen merasa sangat puas dengan hasil *makeup* dari *makeupby_virakey*, Vira Kusumawati selalu menjaga

kebersihan alat *makeup* dan selalu memperhatikan kondisi kulit wajah konsumen sebelum merias wajah konsumen. Banyak pelanggan yang merasakan kepuasan hasil *makeup* dari Vira Kusumawati dan ingin menggunakan jasa *makeup* Vira Kusumawati untuk acara lain, serta konsumen tidak ragu untuk merekomendasikan penyedia jasa *makeup*by_virakey kepada kerabat dekat.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai bauran pemasaran atau *marketing mix* dengan konsep 4P, peneliti ingin memberikan saran dan masukkan secara praktik dan teoritis sebagai menjadi bahan evaluasi. Hal ini untuk pembaca dan peneliti selanjutnya, sebagai berikut:

a. Saran Akademik

Pada penelitian ini peneliti memberikan saran kepada peneliti selanjutnya yaitu, peneliti mengharapkan penelitian selanjutnya bisa meneliti secara kualitatif, dan menggunakan konsep bauran pemasaran 4P yang lebih terbaru, sehingga dapat memberikan temuan yang terbaru terkait dengan subjek penelitian.

b. Saran Praktis

Untuk *makeup*by_virakey peneliti mengharapkan dalam melakukan kegiatan promosi dalam memasarkan jasa *Make Up Artist* (MUA) menggunakan media sosial lainnya, lebih ditingkatkan lagi dalam konten melalui media sosial agar lebih banyak dikenal oleh calon konsumen, tetap mempertahankan kualitas walaupun harga terjangkau dan mengutamakan kepuasan konsumen.