

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, mengenai peran promosi online shop instagram dalam menarik minat beli produk skincare di kdkoreanmask, penulis dapat menyimpulkan bahwa :

1. Analisa promosi online shop instagram produk skincare di kdkoreanmask menggunakan bauran promosi atau *promotional mix* yaitu a) Periklanan, kdkoreanmask menggunakan instagram ads meningkatkan pengenalan produk *skincare*nya karena audiens yang dijangkau lebih luas, sehingga banyak pelanggan yang mengetahui bisnisnya maka kredibilitas dan kepercayaan calon pelanggan bisa terus meningkat. b) Promosi penjualan, owner kdkoreanmask membuat promosi penjualan ini dengan sistem online. Yaitu dengan membuat postingan yang menawarkan produk *skincare*nya dengan memberi deskripsi adanya *free* produk. c) Penjualan personal, owner kdkoreanmask memiliki respon yang sangat baik kepada konsumennya. Tawaran hingga saran yang responsif diberikan membuat pelanggan merasa didengar dan dihargai. d) Pemasaran langsung, kdkoreanmask dalam pemasaran langsung ini adalah menggunakan jasa *endorse* dan unggahan *feed* pada instagram yang selaras seperti halnya *catalog online*. Mengunggah foto produk dengan *design* menarik pada laman instagramnya dengan memberi keterangan produk pada deskripsinya. e) Hubungan masyarakat dan publisitas, kdkoreanmask bergabung dengan grup yang berisikan pameran toko-toko online beserta para konsumen.

2. Peran promosi *online shop* instagram dalam menarik minat beli produk skincare di kdkoreanmask mampu menarik minat beli pelanggan. Sesuai dengan indikator minat beli yang meliputi minat transaksional, minat referensial, minat preferensial dan minat eksploratif. Hal tersebut diperkuat oleh adanya ketertarikan mengetahui informasi produk saat pelanggan melihat postingan *feed*, *story* maupun *reels* kdkoreanmask, kemudian adanya pertimbangan dari pelanggan untuk membeli hingga mencoba produk setelah melihat deskripsi kegunaan *skincare* yang tertulis jelas dimana sesuai dengan kebutuhan pelanggan, sampai pada membeli produk secara berkala dan memiliki kepercayaan kepada kdkoreanmask hingga mereferensikan pada pelanggan yang lain.

Berdasarkan data penjualan yang diperoleh dari tahun 2020 senilai 43.067.600 ke tahun 2021 senilai 61.672.000 terjadi peningkatan sebanyak 18.605.000 setara dengan kenaikan sebanyak 43,2% dengan rata-rata penjualan per bulan sebanyak 3.500.000 pada tahun 2020, dan rata-rata penjualan per bulan sebanyak 5.150.000 pada tahun 2021.

B. Saran

Dengan selesainya penelitian yang dilakukan di *Online Shop* kdkoreanmask, maka peneliti memberikan saran sebagai bahan pertimbangan antara lain :

1. Bagi pihak *Online Shop* kdkoreanmask untuk terus menjaga dan mempertahankan kualitas produk maupun pelayanannya supaya konsumen tidak berpindah tempat. Dan terus memperbarui atau mengikuti trend dalam promosinya agar tidak memberi efek jenuh untuk pelanggan guna meningkatkan promosi dan menarik minat beli pelanggan.
2. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini dijadikan literatur dalam penelitian selanjutnya dengan objek dan sudut pandang yang berbeda, dan dilakukan

pengembangan penelitian yang lebih baik dan lebih mendalam sehingga dapat menambah pengetahuan dan menyempurnakan penelitian-penelitian sebelumnya.