

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah dilakukan penelitian ini mengenai pengaruh iklan Barbershop bronze pada media sosial Instagram terhadap *Brand Awareness* sebagai berikut:

1. Peneliti menyimpulkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara pengaruh iklan pada media sosial *Instagram* dengan *Brand Awareness* terhadap iklan Barbershop bronze, untuk meningkatkan pengetahuan customer tentang Barbershop Bronze. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teori S-O-R.
2. Populasi dalam penelitian ini adalah Followers media sosial *Instagram* Barbershop Bronze yang berjumlah 4.504 dan dibuat menjadi sampel yang dihitung dengan rumus Yamane menjadi 97,8 yang dibulatkan menjadi 98 responden serta menggunakan teknik *simple random sampling*. Untuk dapat memperoleh jawaban dari sampel, peneliti melakukan penyebaran kuesioner dengan *google.docs*. Followers *Instagram* Barbershop Bronze diperbolehkan untuk mengisi kuesioner yang peneliti berikan.
3. Berdasarkan perhitungan hasil dari koefisien determinasi memiliki hubungan yang signifikan, dikarenakan generasi muda saat ini sedang marak menggunakan *Instagram* sebagai media pertukaran informasi dan dapat dikatakan bahwa ada pengaruh iklan Barbershop bronze pada media sosial *Instagram* mempunyai pengaruh kecil dikarenakan kurangnya promosi melalui media *Instagram*, kurangnya mengiiklankan melalui media sosial *Instagram*, dan sisahnya dapat ditentukan oleh faktor-faktor lain seperti yang diuraikan seperti website, media cetak, *word of mouth*, dll.
4. Berdasarkan uji hipotesis, maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti adanya pengaruh iklan Barbershop Bronze pada media sosial *Instagram* terhadap *Brand Awareness*. Artinya semakin tinggi pengaruh iklan Barbershop Bronze di *Instagram* maka semakin tinggi pula *Brand Awareness followers* terhadap Barbershop Bronze

5.2 Saran

Dalam penelitian yang telah dilakukan dengan judul “Pengaruh Iklan Barbershop Bronze pada media sosial Instagram terhadap BrandAwaranes” survey kepada Followers Instagram Barbershop Bronze Di Margonda Depok.

Maka peneliti memberikan saran yaitu:

1. Barbershop harus dapat lebih meningkatkan strategi dalam beriklannya selain melalui media sosial Instagram, bisa juga beriklan melalui media cetak, dan media luar ruang, seperti koran, majalah, dan *banner*.
2. Barbershop Bronze tidak hanya mengunggah dalam bentuk foto saja tetapi diharapkan lebih memperbanyak unggahan dalam bentuk video iklan. Dengan adanya unggahan berbentuk video diharapkan mampu menarik lebih banyak konsumen dan *followers*. Barbershop Bronze mampu membuka kursus haircut dan Hairstylist.
3. Barbershop Bronze diharapkan lebih mampu meningkatkan promosi, dan membuat customer tetap setia akan jasanya, yaitu dengan mengikuti sebuah event atau ajakan lainnya yang mendukung untung menjangkau *target market* dan kesetiaan customernya.