

BAB V

KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Jasa Melalui Instagram Dalam Penggunaan Jasa Beauty Studio By Cdy”, maka peneliti menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Dalam melakukan bisnis usahanya, BeautyStudioBy,Cdy melakukan segmentasi yang bertujuan untuk strategi dalam memahami struktur konsumennya. Identifikasi yang dilakukan dengan membuat segmen yaitu lokasi sekitar studio pada khususnya dan seluruh konsumen yang mengikuti Instagram BeautyStudioBy,Cdy pada umumnya.
2. Dalam menentukan target konsumennya, BeautyStudioBy,Cdy mempunyai target wanita dengan berbagai kalangan dari usia, pendidikan, pekerjaan dan lainnya. Untuk menunjang targetnya BeautyStudioBy,Cdy menggunakan kedua saluran komunikasi untuk menjangkau seluruh konsumennya.
3. Ketika memposisikan usaha dalam lingkungan yang kompetitif, BeautyStudioBy,Cdy melakukan treatment dengan hasil yang memuaskan sesuai dengan harapan dan kebutuhan konsumen. Setelah konsumen melakukan treatment pun BeautyStudioBy,Cdy tetap berhubungan baik dengan konsumennya untuk menjalin kepercayaan dan kedekatan. Produk yang digunakan BeautyStudioBy,Cdy

4. merupakan produk yang berkualitas, namun dengan harga yang terjangkau. Sehingga konsumen merasa puas dengan hasil yang mereka dapatkan dibandingkan dengan apa yang mereka keluarkan. Sehingga nantinya akan menimbulkan loyalitas dari konsumennya.

5.2. Saran

1. Diharap bagi BeautyStudioByCdy untuk tetap mempertahankan Strategi Komunikasi Pemasaran yang sudah dilakukan oleh BeautyStudioByCdy, karena strategi tersebut sudah tergolong efektif. Dan BeautyStudioByCdy juga harus terus meningkatkan kualitas produk, agar terus bertahan menjadi pilihan konsumen.

Diharap bagi konsumen harus bijak dalam memilih jasa yang akan digunakan dan harus sesuai dengan kebutuhan, serta kualitas dan harga.

