

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Gender-Neutral Marketing Advertisement Campaign* (X1) memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Dear Me Beauty. Semakin baik kampanye iklan pemasaran netral-gender yang diterapkan oleh Dear Me Beauty terhadap produk kosmetiknya, maka semakin terdorong pula keputusan seorang konsumen untuk melakukan pembelian produk kosmetik pada merek Dear Me Beauty.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand Image* (X2) memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Dear Me Beauty. Oleh sebab itu, semakin baik brand image yang dibuat oleh merek Dear Me Beauty akan meningkatkan tingkat keputusan pembelian produk kosmetiknya bagi konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka terdapat beberapa saran yang diberikan untuk dijadikan bahan pertimbangan atau manfaat sebagai bahan dalam pengambilan keputusan, yaitu sebagai berikut:

1. Dalam meningkatkan pembelian produk kosmetik Dear Me Beauty oleh konsumen, Dear Me Beauty dapat menerapkan kampanye pemasaran netral-gender kepada lini produk yang lain seperti produk perawatan kulit. Selain memanfaatkan penggunaan model laki-laki pada produk kosmetik foundation, Dear Me Beauty juga dapat memanfaatkannya pada produk kosmetik lainnya seperti pensil alis,

primer, lip balm, dan *face palette*. Penggunaan narasi yang netral-gender juga harus diperhatikan untuk strategi komunikasi pemasarannya.

2. Pembentukan *brand image* Dear Me Beauty sebagai merek kecantikan lokal yang mengangkat *value* inklusivitas dengan tagline “*empower through beauty that’s inclusive, honest, and cruelty-free*” harus diperkuat agar merek Dear Me Beauty dapat menjadi top of mind, produk yang pertama kali muncul di pikiran konsumen ketika ingin melakukan pembelian produk kosmetik lokal oleh konsumen. Karena semakin kuat pembentukan brand image sebagai merek kecantikan lokal yang inklusif oleh Dear Me Beauty, maka keputusan pembelian oleh konsumen juga akan meningkat.

3. Sebagai pertimbangan untuk penelitian berikutnya, disarankan agar menggunakan variabel lain atau variabel yang belum ditampilkan dalam penelitian ini.