

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh *Influencer Marketing* dan *Content Marketing* terhadap *Brand Awareness* Produk Avoskin (Studi pada Instagram @avoskinbeauty). Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa:

1. Secara simultan *Influencer Marketing* dan *Content Marketing* berpengaruh signifikan terhadap *Brand Awareness* produk Avoskin melalui instagram @avoskinbeauty.
2. Secara parsial *Influencer Marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Brand Awareness* produk Avoskin dengan *influencer* Refal Hady melalui instagram @avoskinbeauty dan @refalhady.
3. Secara parsial *Content Marketing* berpengaruh signifikan terhadap *Brand Awareness* pada produk Avoskin melalui instagram @avoskinbeauty.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil, pembahasan, dan kesimpulan dari penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut: Avoskin harus terus aktif dan konsisten berbagi informasi terkini mengenai hal-hal yang berhubungan dengan

perawatan wajah untuk para *followers* akun instagram @avoskinbeauty agar merek avoskin lebih melekat dalam benak konsumen. Disarankan untuk terus meningkatkan kualitas konten dan memperhatikan konten yang menarik dari setiap unggahan akun pada media sosial instagram @avoskinbeauty, guna menumbuhkan rasa penasaran konsumen dan meninggalkan ingatan yang kuat di benak mereka tentang merek tersebut.

Peneliti selanjutnya diharapkan untuk lebih variatif lagi dalam mengembangkan hal-hal yang mempengaruhi *brand awareness* tidak hanya sebatas *influencer marketing* dan *content marketing*.