

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang peneliti lakukan pada masyarakat Jakarta Timur, maka kesimpulan dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Iklan media sosial mempengaruhi *variety seeking*. Apabila iklan media sosial menyediakan konsep yang menarik maka konsumen akan tertarik pada varian-varian yang disediakan masker sensi duckbill.
2. Iklan media sosial mempengaruhi perpindahan merek. Apabila iklan media sosial semakin bagus maka akan menarik konsumen masker merek lain berpindah ke masker merek sensi duckbill.
3. *Variety seeking* mempengaruhi perpindahan merek. Apabila varian yang disediakan sensi menarik maka akan menarik konsumen pula untuk mencari pengalaman baru ke masker sensi duckbill.
4. Iklan media sosial berpengaruh secara tidak langsung terhadap perpindahan merek melalui *variety seeking*. Semakin menariknya iklan media sosial masker sensi duckbill juga menunjukkan berbagai macam varian dari masker tersebut maka konsumen akan tertarik untuk berpindah dari masker merek lain ke masker sensi duckbill.

5.2 Saran

Berdasarkan pengolahan data diatas, maka penulis bermaksud memberikan saran, semoga dapat diterima dan bermanfaat yaitu sebagai berikut:

1. Penerapan iklan sosial media harus dilakukan secara rutin dan dengan konsep yang berbeda sehingga semakin banyak calon konsumen yang melihat iklan tersebut dan tertarik pada masker sensi duckbill.
2. Kepada perusahaan Sensi Duckbill harus memiliki variasi yang berbeda dari pada pesaing sehingga konsumen tidak mudah bosan dan tidak beralih ke pesaing.



