

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa,

1. Pada variabel promosi melalui Instagram nilai signifikansi  $0.00 < 0.05$  maka dapat disimpulkan bahwa promosi melalui Instagram berpengaruh secara signifikan dalam pembentukan Kesadaran merek di Keinetta
2. Pada variabel promosi melalui Tiktok nilai signifikansi  $0.00 < 0.05$  maka dapat disimpulkan bahwa promosi melalui Tiktok berpengaruh secara signifikan dalam pembentukan Kesadaran merek di Keinetta
3. Hasil uji simultan pada variabel promosi melalui Instagram dan Tiktok nilai signifikansi sebesar  $0.00 < 0.05$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel promosi melalui Instagram dan Tiktok berpengaruh secara signifikan dalam pembentukan kesadaran merek di Keinetta

#### 5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut.

1. Bagi pemilik usaha, Tingkatkan promosi melalui Instagram dan Tiktok dengan harapan merek Keinetta lebih bisa diketahui oleh masyarakat luas.
2. Bagi peneliti lain diharapkan dapat menambah atau mengganti variabel penelitian lain yang mempengaruhi Kesadaran merek
3. Keterbatasan jumlah sampel pada penelitian ini diharapkan dapat menjadi pembelajaran bagi peneliti selanjutnya untuk menambah jumlah sampel agar penelitian lebih sempurna.