

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Data promosi melalui *fan page* di *facebook* sebagian besar berkategori sedang (40,28%). Promosi Warna Indonesia *Videography And Photography* melalui *Fan Page* di *Facebook* kurang dilakukan dengan serius.
2. Data persepsi *fans* sebagian besar berkategori tinggi (43,60%).
3. Ada hubungan positif dan signifikan antara promosi melalui *Fan Page* di *Facebook* terhadap persepsi konsumen. Hal ini dapat diketahui dari hasil penghitungan nilai t untuk promosi melalui *Fan Page* di *Facebook* sebesar 9,700 pada $p = 0,000$. Hal itu berarti bahwa promosi melalui *fan page* di *facebook* efektif untuk membangun persepsi konsumen terhadap produk.
4. Sumbangan efektif dari variabel promosi melalui *Fan Page* di *Facebook* terhadap persepsi dapat dilihat dari R^2 sebesar 0,310 yang artinya bahwa besarnya sumbangan efektif tersebut adalah sebesar 31%.
5. Ramalan perubahan variabel terikat yaitu persepsi konsumen (Y) oleh karena perubahan pada variabel bebas yaitu promosi melalui *Fan Page* di *Facebook* (X) dapat ditunjukkan dengan persamaan: $Y = 33,835 + 0,356 X$

B. Saran

Mempertimbangkan hasil penelitian yang menyatakan ada hubungan positif dan signifikan antara promosi melalui *Fan Page* di *Facebook* terhadap persepsi konsumen, maka dikemukakan saran sebagai berikut:

1. Bagi Warna Indonesia *Videography And Photography*

Meningkatkan aktivitas promosi melalui *Fan Page* di *Facebook* karena kegiatan promosi tersebut terbukti efektif untuk membangun persepsi konsumen terhadap produk. Aktivitas promosi dapat dilakukan dengan cara memberikan informasi mengenai ragam jenis jasa, memberikan informasi mengenai ragam harga jasa, memberikan informasi mengenai tenaga profesional yang melakukan pemotretan, memberikan informasi mengenai foto yang sudah dihasilkan, berkirim *email* kepada calon konsumen guna menawarkan jasanya, membuat status, mengirimkan SMS, bertelepon, *upload* foto secara berkala, menandai (*tag*) foto yang sudah di-*upload*, mengangkat jargon Warna Indonesia *Videography And Photography*, dan *online* setiap hari.

2. Bagi *fans* Warna Indonesia *Videography And Photography*

Fans dapat lebih aktif menanyakan tentang seluk beluk tentang jasa fotografi yang ditawarkan oleh perusahaan, sebelum menggunakan jasa perusahaan yang bersangkutan.