

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

1. Dari total 25 informan yang diteliti, tingkat efektivitas pemasaran melalui *influencer* menunjukkan hasil yang terbagi secara berimbang. Strategi digital ini dinilai efektif dan berhasil pada sebagian informan yang aktif terpapar konten di media sosial. Strategi penggunaan *influencer* dapat mampu menyederhanakan pesan produk menjadi lebih komunikatif dan relevan dengan gaya hidup Gen Z di Banjarmasin. Dengan catatan penyampaian informasi masih belum optimal dan keterbatasan jangkauan algoritma.
2. Dari 25 Informan tingkat kesadaran merek mereka sudah berada pada level *brand recognition* (mampu mengenali logo dan visual Pegadaian Syariah) hingga *brand recall* (mampu menyebut produk seperti Tabungan Emas secara spontan). Namun peningkatan kesadaran merek para informan saat ini masih belum optimal karena sebagian informan masih belum sepenuhnya terpapar oleh konten dari *influencer marketing*.

B. Saran

1. Kepada pihak Pegadaian Syariah disarankan untuk meningkatkan kualitas konten kolaborasi dengan *influencer* dengan tidak hanya berfokus pada aspek estetika visual semata, tetapi juga lebih menekankan pada kedalaman informasi dan detail teknis produk serta sosialisasi langsung (tatap muka) sangat direkomendasikan guna menjembatani kebutuhan Gen Z akan verifikasi informasi yang lebih valid dan mendalam, sehingga kesadaran merek yang sudah terbentuk dapat bertransformasi menjadi penggunaan produk secara nyata.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mengkaji topik serupa, disarankan untuk memperluas ruang lingkup penelitian dengan menggunakan metode campuran (*mixed methods*) agar efektivitas pemasaran dapat diukur secara lebih presisi melalui data kuantitatif sekaligus mendalam secara kualitatif. Peneliti berikutnya juga dapat mengeksplorasi variabel lain yang belum dibahas secara mendalam dalam penelitian ini, seperti variabel niat beli atau keputusan penggunaan jasa (*purchase intention*), serta membandingkan efektivitas antara berbagai platform media sosial yang berbeda secara spesifik.