

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan antara lain :

1. Kegiatan promosi melalui media sosial dan Website saat ini sangat diperlukan karena sangat membantu mempromosikan produk. Berbagai cara dan sarana telah digunakan Lampung Diesel untuk menjalankan kegiatan promosi secara online dengan melalui internet, baik itu melalui website maupun berbagai media sosial lainnya.
2. *Marketing online* dilakukan melalui Facebook, YouTube, Instagram dan Website mempunyai dampak positif terhadap penjualan serta menambah nilai produk maupun nilai perusahaan pada Lampung Diesel.
3. Menerapkan strategi pemasaran dengan menggunakan media sosial dan website sangat efisien karena mendapatkan peluang konsumen jauh lebih besar daripada menggunakan strategi pemasaran tradisional.
4. Potensi pemasaran era modern didominasi oleh pemasaran melalui media sosial yang diakses melalui perangkat pribadi.
5. *Influencer Marketing* merupakan salah satu strategi pemasaran dengan memanfaatkan media sosial dan *influencer*.

6. Menggunakan *Influencer Marketing* dapat secara signifikan memangkas pengeluaran biaya yang digunakan untuk promosi.
7. Penerapan *Influencer Marketing* sangat cocok diterapkan untuk meningkatkan citra merek (*Brand Image*) secara efektif dan meningkatkan *Brand Awareness* konsumen terhadap merek tersebut.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian adapun beberapa hal yang dapat dipertimbangkan sebagai saran untuk Lampung Diesel, yaitu :

1. Pengelolaan website secara professional harus lebih ditingkatkan, karena semua katalog yang baru ditampilkan dalam website dengan keterangan pada setiap item produk dengan lebih terperinci lagi.
2. Mempertahankan serta meningkatkan strategi yang diterapkan agar usaha dapat berkembang dalam jangka waktu panjang.
3. Meningkatkan pengelolaan pemasaran melalui media sosial seperti, Instagram, Facebook, YouTube, dan media lainnya.