

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dalam penelitian ini yang berjudul “Komunikasi Pemasaran *Online Shop* Melalui Media Sosial Instagram Pada Akun @Belanjaduyu_”. Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan bahwa Instagram merupakan media sosial yang efektif untuk dijadikan media Komunikasi Pemasaran. Dalam analisa yang yang dilakukan oleh peneliti juga mendapatkan hasil pada bauran pemasaran dengan konsep 4P yaitu (*Product, Price, Place, Promotion*). Dimana dari hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa mengapa akun @Belanjaduyu_ mempunyai banyak pengikut di instagramnya serta selalu laris terjual adalah karena pada Akun instagram *online shop* @Belanjaduyu_ sudah memenuhi apa yang dibutuhkan calon pelanggan seperti dalam pengembangan produk yang sesuai keinginan pelanggan, harga yang dapat dijangkau seluruh konsumen, memiliki tempat dan akses yang mudah dijangkau konsumen, dan yang terakhir melakukan promosi dengan melakukan beberapa cara seperti mengadakan diskon atau potongan harga, mengadakan *giveaway* serta mengendorse para *selebgram*.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Praktis

Peneliti mengharapkan agar penelitian ini dapat berkembang dengan mengkaji metode penelitian yang berbeda dan dengan dikaitkan menggunakan konsep ataupun teori yang lebih baru.

5.2.2 Saran Akademik

Peneliti mengharapkan agar penelitian ini dapat berguna bagi mahasiswa yang melakukan penelitian serupa atau melakukan penelitian lanjutan atas topik yang sama yaitu Strategi Komunikasi Pemasaran. Peneliti berharap agar topik ini dan pembahasan yang telah dipaparkan dapat menimbulkan rasa keingintahuan untuk mengadakan penelitian lanjutan dengan membuat penelitian mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran dengan lebih maksimal.