

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan maka kesimpulan pada penelitian ini adalah:

1. Faktor-faktor pendukung dalam mempromosikan Usaha Kost Putri Griya Ayodya adalah adanya perkembangan teknologi yang sangat pesat sehingga promosi yang dilakukan Griya Ayodya lebih mudah disebarluaskan melalui sosial media.
2. Efektivitas promosi online yang telah diterapkan oleh Griya Ayodya yaitu :
  - a Berdasarkan hasil tanggapan responden diketahui bahwa pada aspek attention memiliki nilai mean sebesar 3,74 yang termasuk dalam kategori efektif. Hal ini menunjukkan bahwa tampilan foto (gambar) yang unik dalam menggambarkan Kost Putri Griya Ayodya pada iklan di media sosial dan adanya keterangan yang dicantumkan melalui sosial media tentang harga yang terjangkau efektif untuk dapat menarik perhatian konsumen.
  - b Berdasarkan hasil tanggapan responden diketahui bahwa pada aspek Interest memiliki nilai mean sebesar 3,63 yang termasuk dalam kategori efektif. Hal ini menunjukkan bahwa iklan yang ditampilkan pada sosial media dapat dilihat dan dibaca terus menerus oleh konsumen, adanya penyampaian pesan testimoni dari konsumen yang sudah lama menempati Kost Putri Griya Ayodya untuk meyakinkan kelebihan dan keunggulan dari rumah kost yang ditawarkan, dan setiap postingan dari sosial media Kost Putri Griya Ayodya efektif untuk dapat membuat konsumen tertarik.
  - c Berdasarkan hasil tanggapan responden diketahui bahwa pada aspek Desire

memiliki nilai mean sebesar 3,59 yang termasuk dalam kategori efektif. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas yang dimiliki Kost Putri Griya Ayodya dapat membuat konsumen yakin untuk menempati Kost tersebut, keunggulan yang dicantumkan pada media sosial membangkitkan keinginan dan keyakinan untuk menempati kost yang ditawarkan, dan kost Putri Griya Ayodya dapat menyelesaikan permasalahan konsumen dalam mencari tempat tinggal sementara.

d Berdasarkan hasil tanggapan responden diketahui bahwa pada aspek Action memiliki nilai mean sebesar 3,61 yang termasuk dalam kategori efektif. Hal ini menunjukkan bahwa promo dan diskon yang diberikan kepada konsumen dapat menggerakkan konsumen untuk langsung bertindak melakukan pembelian melalui telepon / langsung, kemudahan pembayaran melalui transfer seperti melalui m-banking dan e-wallet (shopeepay, dana, dan lain sebagainya) serta kemudahan pembayaran secara langsung (cash) dapat membuat konsumen untuk bertindak melakukan pembelian dan adanya kesesuaian foto dan keunggulan yang diiklankan pada sosial media dengan kenyataan Kost Putri Griya Ayodya sehingga mendorong konsumen melakukan pembelian.

3. Tujuan menggunakan platform mamikos dan instagram dalam mempromosikan Usaha Kost Putri Griya Ayodya ada adalah karena perkembangan teknologi dan informasi di Indonesia terjadi sangat cepat terutama melalui sosial media seperti instagram karena hampir semua masyarakat memiliki akun instagram yang aktif sehingga promosi yang dilakukan oleh pemilik Griya Ayodya akan lebih mudah disebarluaskan melalui aplikasi ini.

## 5.2. Saran

1. Sebaiknya pemilik Griya Ayodya tidak hanya mempromosikan melalui Instagram dan Mamikos saja karena tidak semua orang dapat mengakses aplikasi tersebut. Pemilik Griya Ayodya dapat menambahkan media promosi melalui iklan di radio atau brosur sehingga akan semakin banyak orang yang akan mengetahui akan adanya Griya Ayodya.
2. Pada penelitian selanjutnya yang akan meneliti dengan topik sejenis disarankan dapat menambahkan jumlah sampel yang digunakan agar hasil penelitian akan lebih dapat digeneralisasikan.

