

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, serta hasil pembahasan berlandaskan teori dalam penelitian yang dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa, kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Batik L dan *host live shopee* berperan penting dalam keputusan pembelian calon konsumen, maka peneliti dapat menarik kesimpulan dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Perhatian (*Attention*)

Batik L fokus menciptakan kesadaran publik terhadap produk yang diciptakan dan menarik perhatian melalui kampanye promosi yang luas seperti *give away* dengan memberikan *pouch* pada setiap pembelian yang dilakukan melalui *live shopee* dan menggunakan tampilan *endorsement* pada *live shopee* dan juga memberikan *discount* saat sesi *live* berlangsung.

2. Tertarik (*Interest*)

Penting bagi Batik L untuk membujuk dan meyakinkan calon konsumen agar tertarik dan bersedia membeli produk mereka. Mereka melakukan berbagai cara, seperti menampilkan produk selama sesi *live* di Shopee, menyoroti kualitas, motif, dan bahan, serta selalu merespons komentar calon konsumen. Selain itu, Batik L juga menghadirkan *host* yang mengenakan batik yang ditawarkan dan menggunakan latar belakang yang menampilkan berbagai jenis produk Batik L.

3. Keinginan (*Desire*)

Tahap *desire* merupakan tahap dimana ketika seseorang mulai membentuk sikap positif terhadap produk yang disukainya. Hal ini dapat dilihat ketika calon konsumen sudah melakukan interaksi dengan *host* melalui komentar menanyakan hal yang berkaitan dengan produk Batik L, selain itu tahap ini bisa dilihat ketika calon konsumen menambahkan produk ke fitur "Favorit Saya".

4. Tindakan (*Action*)

Setelah semua tahap terlewati, tahap *action* ini menentukan keputusan pembelian dengan memperlihatkan tindakan konsumen yang cepat dalam arti tindakan yang dicari adalah agar pelanggan membeli produk pada saat *live shopee* atau memasukan produk tersebut ke daftar keranjang mereka

5.2 Saran

Setelah menyajikan, menjelaskan, menganalisa, dan menyimpulkan hasil penelitian komunikasi terapeutik pengasuh dengan lansia di sentra terpadu pangudi luhur kemensos bekasi, perkenankan peneliti memberikan saran demi kemanfaatan penelitian skripsi ini. Adapun beberapa saran tersebut diantaranya, sebagai berikut:

1. Saran untuk Toko Batik L agar mempertahankan strategi penjualan di setiap produk batik yang ingin dipasarkan dan terus memberikan inovasi mengenai motif, warna dan bahan agar bisa terus berkembang dengan menyesuaikan generasi yang ada.
2. Bagi perguruan tinggi, peneliti berharap berharap supaya bisa memperbanyak buku-buku rujukan terkait *marketing public relations* di perpustakaan karena hal tersebut sangat penting dalam ranah komunikasi dan bidang industry kreatif.
3. Bagi peneliti selanjutnya, apabila ingin melakukan penelitian berkelanjutan hendaknya mengamati lebih dalam tentang bagaimana komunikasi pemasaran untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dalam berbelanja *online* dan dapat mengembangkannya lebih dalam lagi.