

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan dan penjelasan yang terdapat pada bab-bab sebelumnya dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi pada CV Sumber Baru Motor Mlati sudah menggunakan media sosial yang bisa untuk menambah/meningkatkan penjualan. Promosi tersebut sudah menggunakan aplikasi yang saat ini banyak digunakan oleh kalangan masyarakat untuk mendapat informasi contohnya Tiktok dan Facebook.
2. Promosi yang dilakukan CV Sumber Baru Motor sudah baik, terlihat pada pengamatan selama melakukan praktik magang di Sumber Baru Motor Mlati, promosi yang dilakukan mampu mempengaruhi, meyakinkan dan mendorong calon konsumen untuk melakukan pembelian dan meningkatkan penjualan motor Yamaha.
3. Isi informasi di dalam Tik Tok dan Facebook sudah bagus dengan cara menjelaskan keunggulan-keunggulan produk Yamaha dan menggunakan *hashtag* agar konten yang ada bisa ditonton oleh banyak orang.

#### **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka penulis memberikan saran yaitu :

1. *Social media marketing* yang dilakukan melalui Facebook dan tiktok dapat memengaruhi niat beli konsumen secara positif sehingga pemilik toko harus lebih memperhatikan aktivitas *online* yang dilakukannya oleh akun Sumber Baru Motor Mlati.

2. Untuk promosi melalui media sosial Facebook dan Tiktok harus lebih ditingkatkan lagi, tidak hanya *update* konten satu kali tetapi harus sering agar lebih cepat sampai di beranda konsumen.
3. Selain promosi menggunakan media sosial, dalam media internet, CV. Sumber Baru Motor Mlati, Sleman perlu untuk menambah *website* resmi yang isinya meliputi rincian produk, informasi harga, profil perusahaan, dan dokumentasi kegiatan penjualan perusahaan. Hal ini dapat memudahkan orang-orang yang ingin mengakses atau mencari informasi tentang CV. Sumber Baru Motor Mlati, Sleman tanpa harus datang di *showroom*. Selain itu, CV. Sumber Baru Motor Mlati, Sleman juga akan lebih luas jangkauannya dalam menjangkau calon konsumen.