

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan penelitian serta pembahasan, maka penulis dapat menarik kesimpulan terhadap akun Shopee “Little Lovia” yaitu :

1. Dalam penelitian ini, akun Shopee “Little Lovia” menggunakan *Live Streaming* sebagai media pemasaran untuk mengenalkan, memberikan pengaruh, menumbuhkan kepercayaan dan persepsi positif agar selalu diingat oleh *customer* serta menarik *followers* atau *customernya* agar tertarik untuk berkunjung ke “Little Lovia”. Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh “Little Lovia” melibatkan empat unsur dari *Digital Marketing* dari Philip Kotler. Dimana masing-masing empat unsur yaitu *Cost/ Transaction*, *Interactive*, *Incentiv Program*, dan *Site Design*.
2. Upaya strategi komunikasi pemasaran “Little Lovia” dilakukan melalui *Live Streaming* yang dikemas dengan baik dan menarik, maka munculah *Cost/ Transaction*, *Interactive*, *Incentiv Program*, dan *Site Design*, dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada di Shopee, seperti fitur Diskon Gratis Ongkir, *Live Chat*, Diskon Ikuti Toko, Kombo Hemat, Diskon penggunaan ShopeePay, Kualitas penggunaan Shopee yang baik dapat memberikan pengaruh positif dalam membangun strategi komunikasi pemasaran.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dengan observasi juga mengamati secara langsung ke lapangan, maka penulis memiliki beberapa saran yaitu:

1. Penulis memberikan saran sebaiknya akun Shopee “Little Lovia” lebih memperjelas *caption* pada postingan *feeds* maupun Shopee Video di akun Shopee “Little Lovia” agar calon *customer* bisa mengetahui keunggulan dan keunikan dari “Little Lovia” dan menjadi daya tarik khusus bagi para pengunjung yang bertujuan untuk memberikan sesuatu yang berbeda dan terkesan sangat memanjakan calon *customer* dari “Little Lovia”, dan sebaiknya “Little Lovia” juga meningkatkan frekuensi penggunaan media sosial lainnya seperti TikTok, Facebook, Instagram, juga *website* seperti di Instagram yang dapat menarik *followersnya* agar tertarik berkunjung ke “Little Lovia”.
2. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambah jenis media promosi *online*, serta dapat menambah jenis-jenis *digital marketing* lainnya, serta dapat menambah penelitian kualitatif agar bisa mengungkapkan alasan *customer* menggunakan produk Little Lovia