

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Untuk penerapan *interactive digital marketing* melalui *platform* media sosial untuk mempromosikan produk *FlyAsh* dan *BottomAsh* pada PT PJB UP Paiton, sangatlah efektif dipandang dari sisi pengeluaran biaya promosi yang minim, serta didapatkannya *customer interest* yang lebih banyak dibandingkan penerapan promosi produk dengan metode konvensional. Serta dengan menerapkan konsep 7P Marketing, dapat lebih mudah dalam menganalisis pangsa pasar dan target promosi. Dalam hal ini, penulis menggunakan jejaring sosial *Instagram* dalam mempromosikan produk *flyash* dan *bottomash*, karena dinilai cukup efektif dan jangkauan calon customer yang lebih luas. Dengan mengeluarkan biaya yang terjangkau dan terhitung lebih rendah dibandingkan promosi produk dengan metode konvensional, PT PJB UP Paiton cukup mengeluarkan dana untuk keperluan produksi *leaflet* dan video interaktif, selanjutnya PT PJB UP Paiton cukup meng-*upload* bahan konten tersebut pada media sosial, dan selanjutnya tidak memerlukan biaya tambahan untuk mempromosikan produk.
2. Penulis mengolah data dengan menggunakan perhitungan Regresi Linier Sederhana dan juga perhitunga melalui program SPSS untuk membuktikan apakah langkah promosi dengan menerapkan *interactive digital marketing* dipastikan efektif atau tidak. Dengan melihat dari grafik yang diperoleh dari hasil analisis dari regresi linier, penulis mendapatkan hasil yang di inginkan

dan sesuai harapan. Dari perhitungan tersebut membuktikan bahwa, dari yang awalnya PT PJB UP Paiton menerapkan promosi secara konvensional dengan biaya yang cukup tinggi serta didapatkan *customer interest* atau ketertarikan pelanggan yang tidak terlalu banyak, kini dengan menerapkan promosi melalui digital marketing pada media sosial (*instagram*), PT PJB UP Paiton mengeluarkan dana yang tidak begitu besar, dan mendapatkan *customer interest* yang cukup banyak dan jangkauan yang luas.

5.2 Saran

1. Penerapan *Interactive Digital Marketing* dengan konsep 7P Marketing diharapkan dapat diteruskan dan dikembangkan dengan lebih lanjut dan lebih konsisten bagian Marketing PT. PJB UP Paiton.
2. Penulis sadar bahwasannya masih banyak kekurangan dari penelitian ini, maka dari itu penulis berharap banyak untuk peneliti selanjutnya agar dapat melanjutkan dan menyempurnakan penelitian yang sudah dilakukan.