

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan pada bab sebelumnya, dapat diambil beberapa kesimpulan yakni:

1. Promosi digital sangat membantu PT Liquid Kencana Abadi Kota Gunungsitoli dalam menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Dengan promosi digital, perusahaan bisa menyampaikan informasi produk lebih cepat dan mudah. Pertama, lewat cara *cost per transaction*, promosi digital bisa mengurangi biaya promosi seperti cetak brosur. Pelanggan juga bisa pesan dan bayar dari rumah, tanpa harus datang langsung ke toko. Kedua, walaupun belum punya *incentives program* resmi, perusahaan tetap sering memberi bonus atau potongan harga kepada pelanggan. Cara ini membuat pelanggan merasa dihargai dan mau beli lagi. Ketiga, desain promosi atau *site design* yang menarik juga berpengaruh. Tampilan yang bagus dan mudah dipahami membuat pelanggan tertarik dan percaya pada produk. Keempat, lewat *interactivity*, perusahaan aktif berkomunikasi dengan pelanggan di media sosial. Respon yang cepat dan ramah membuat pelanggan merasa dekat dan nyaman. Mereka juga sering ikut memberi komentar atau saran. Berdasarkan hasil temuan ini, dapat ditegaskan bahwa promosi digital berperan signifikan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di PT Liquid Kencana Abadi Kota Gunungsitoli, karena mampu menekan biaya, memberikan nilai tambah kepada pelanggan, memperkuat citra merek melalui desain yang menarik, dan menciptakan hubungan emosional melalui interaksi dua arah.
2. Dalam menjalankan promosi digital untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, PT Liquid Kencana Abadi Kota Gunungsitoli masih menghadapi dua tantangan utama. Tantangan pertama adalah keterbatasan sumber daya internal, seperti kurangnya tenaga kerja, waktu, dan kemampuan khusus dalam bidang *digital marketing*.

Tantangan kedua adalah perubahan algoritma media sosial yang terjadi secara mendadak, seperti di *Instagram*, *Facebook*, atau *TikTok*. Hasil temuan ini menegaskan bahwa tantangan internal dan eksternal menjadi faktor yang perlu diatasi agar strategi promosi digital dapat berjalan efektif dan memberikan dampak optimal pada loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas internal dan adaptasi terhadap perubahan algoritma media sosial menjadi langkah penting yang harus dilakukan PT Liquid Kencana Abadi.

5.2 Saran

Saran-saran berikut disusun berdasarkan temuan penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya. Tujuannya adalah memberikan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan dalam meningkatkan efektivitas promosi digital, serta menjadi bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa. Diharapkan saran ini dapat membantu pengembangan strategi promosi yang lebih optimal dan relevan dengan perkembangan digital saat ini.

1. PT Liquid Kencana Abadi Kota Gunungsitoli disarankan untuk memperkuat sumber daya internal dalam pelaksanaan promosi digital, baik melalui pelatihan bagi karyawan, penambahan personel khusus di bidang pemasaran digital, maupun kerja sama dengan pihak eksternal seperti agensi atau konsultan digital. Hal ini penting untuk memastikan kegiatan promosi berjalan lebih konsisten dan profesional.
2. Perusahaan juga disarankan untuk mulai mengembangkan program loyalitas pelanggan secara formal, seperti pemberian poin, kupon digital, atau diskon berkala. Program ini dapat meningkatkan keterikatan pelanggan dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian ulang, sekaligus memperkuat hubungan jangka panjang antara perusahaan dan konsumen.
3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti faktor lain yang dapat memengaruhi loyalitas pelanggan selain promosi digital, seperti kualitas layanan, harga, atau citra merek, agar dapat memberikan gambaran

yang lebih menyeluruh mengenai upaya peningkatan loyalitas pelanggan di era digital.