BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Strategi promosi merupakan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan dengan melakukan interaksi bersama calon konsumen. Dalam penelitian ini strategi promosi dengan pembuatan konten video menggunakan AISAS (*attention, interest, search, action, share*). AISAS merupakan salah satu strategi dengan bentuk perilaku konsumen yang digunakan peneliti sebagai acuan dalam penyusunan karya dalam meningkatkan daya tarik konsumen pada IKM Karya Mega Resky. Daya tarik merupakan aspek psikis yang dimiliki oleh seseorang yang mampu menimbulkan rasa suka ataupun tertarik terhadap sesuatu yang mampu mempengaruhi tindakan seseorang. Penelitian yang dilakukan dengan judul "Konten Video Sebagai Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Daya Tarik Konsumen Pada IKM Karya Mega Resky". Didapatkan bahwa pembuatan konten video sebagai strategi promosi sangat dapat membantu IKM Karya Mega Resky dalam meningkatkan daya tarik konsumen. Video dapat membantu IKM lebih dikenali oleh masyarakat Mamuju Tengah terlebih kepada khalayak yang lebih luas. Dari hasil penyebaran *google form* terkait indikator daya tarik yang dilakukan setelah karya telah dibagikan pada sosial media. Indikator merek, harga, variasi, tempat dan suasana yang ada pada video sangat mempengaruhi untuk meningkatkan daya tarik konsumen pada IKM Karya Mega Resky.

B. Saran

Adapun saran peneliti kepada IKM Karya Mega Resky bahwa sebagai suatu industri kecil menengah diharapkan bisa terus mempromosikan bisnisnya untuk terus berkembang. Strategi promosi yang dilakukan bisa dengan menggunakan media digital karena dapat menghemat biaya promosi bagi IKM.