

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan dari penelitian pemanfaatan media sosial bagi perkembangan pemasaran CV. Aqualux Duspha Abadi Kudus sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini adalah menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial berpengaruh signifikan terhadap pemasaran produk depot air minum, dengan memanfaatkan media sosial penyebaran informasi dan spesifikasi hasil produk perusahaan dapat lebih mudah diketahui dan juga mengurangi biaya promosi. Penelitian ini menghasilkan nilai akhir perankingan yang dapat digunakan sebagai media untuk promosi adalah *web* berbayar.
2. Hasil penelitian ini adalah dalam perkembangan pemasaran depot air minum perusahaan memanfaatkan teknologi dalam memperluas dan meningkatkan pemasaran, dalam proses produksi lebih banyak menggunakan peralatan yang lebih modern. Media sosial yang digunakan sebagai media promosi adalah *web* berbayar, *instagram* dan *facebook*.

B. Saran-Saran

Apresiasi peningkatan kinerja sekecil apapun, sekecil apapun hal positif atau peningkatan ketrampilan pemberian apresiasi ini sangat penting untuk meningkatkan motivasi kerja mereka. Lebih sering memberikan dorongan untuk karyawan untuk terus belajar dan berkembang karena karyawan adalah pribadi yang unik dengan kelebihan dan kekurangan masing-masing, rangkul mereka sebagai teman dan saudara, dorong mereka untuk terus belajar dan mengembangkan keterampilan mereka.

C. Penutup

Alhamdulillah Barakallah, atas izin Allah Yang Maha Esa dan peran pihak-pihak yang membantu, bahwa skripsi yang telah penulis susun dengan memperhatikan segala

aspek akademis, mulai dari teori, metodologi, proses penelitian dan pembahasan telah terselesaikan dengan baik. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Karena itu, kritik maupun saran dari siapapun diharapkan untuk membangun skripsi ini. Namun demikian, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. Terima kasih.

