



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

bisa kita lihat bahwa lebih besar peranan *mobile application* Berrybenka dalam terjadinya transaksi pembelian dibandingkan *platform* lainnya.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Setelah melakukan penelitian terhadap penggunaan Instagram sebagai bentuk strategi *digital advertising* PT Berrybenka melalui Instagram Advertising, maka dapat dibuat kesimpulan bahwa :

1. PT Berrybenka memanfaatkan Instagram sebagai salah satu bentuk strategi *digital advertising* yang dilakukan dengan menggunakan fitur Instagram Advertising. Dari beberapa jenis iklan yang bisa dipasang di Instagram Advertising, PT Berrybenka menggunakan jenis iklan *carousell* yang menampilkan beberapa gambar koleksi-koleksi terbaru mereka melalui foto lookbook. Ada juga yang ditampilkan bersama satu video lalu beberapa foto. Selain itu ada juga bentuk iklan *stories* yang muncul sebagai Instagram *stories* yang terdiri dari video dan juga foto.
2. PT Berrybenka menggunakan dua dari enam bentuk *promotional mix*, yaitu Advertising dan online / social media marketing. Dalam penggunaannya, PT Berrybenka menggabungkan kedua bentuk *promotional mix* tersebut melalui Instagram Advertising yang merupakan sarana beriklan melalui media sosial Instagram.

3. Bentuk strategi yang digunakan oleh PT Berrybenka adalah *pull strategy*. Strategi ini dilakukan dengan penyediaan berbagai *channel* pembelian, pembayaran, dan pengiriman barang demi kemudahan konsumen.
4. *Audience* yang dituju oleh PT Berrybenka adalah wanita 18-35 tahun dengan kelas ekonomi sosial (SES) B dan tertarik di bidang fashion.
5. Positioning yang dibuat oleh PT Berrybenka adalah menjadi fashion *91* *commerce* yang memiliki *private label* dengan barang *up to date* berkualitas dan harga yang terjangkau.
6. Objektif dari pemasangan iklan di Instagram *Advertising* oleh PT Berrybenka ada tiga. Yang pertama adalah untuk meningkatkan *performance* agar mengarahkan konsumen untuk berbelanja ke website Berrybenka demi meningkatkan penjualan. Yang kedua adalah untuk meningkatkan jumlah pengunduhan *mobile application* karena 60-65% pembelian terjadi melalui *mobile application*. Yang terakhir adalah untuk *retargeting* orang-orang yang belum berbelanja di Berrybenka untuk kembali dan berbelanja di Berrybenka.
7. Pesan yang disampaikan melalui pemasangan iklan di Instagram *Advertising* PT Berrybenka adalah untuk menyampaikan bahwa mereka adalah perusahaan yang memiliki *private label* dengan koleksi terbaru setiap minggunya yang menghadirkan pakaian *up to date* dengan kualitas baik dan harga terjangkau.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Dari penelitian yang dilakukan, penulis menyadari masih banyak kekurangan baik dari segi kekayaan penelitian maupun penulisan. Maka itu, penulis sangat mengharapkan penelitian ini bisa menjadi acuan bagi penelitian sejenis selanjutnya yang bisa melanjutkan penelitian ini agar lebih lengkap dan lebih baik lagi. Diharapkan penelitian ini bisa menjadi acuan penelitian selanjutnya yang bisa meneliti hasil dari penggunaan Instagram *Advertising* oleh sebuah *brand* atau perusahaan sebagai salah satu bentuk strategi *digital advertising* yang dilakukan.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, peneliti berharap penelitian ini dapat digunakan untuk meningkatkan penggunaan Instagram *Advertising* oleh para pelaku bisnis yang ingin meningkatkan performa iklan dalam perusahaanya. Pada khususnya bagi PT Berrybenka, peneliti mengharapkan PT Berrybenka bisa menelusuri lagi lebih jauh hasil dari penggunaan Instagram *Advertising* dan meningkatkan penggunaan yang bisa membuat kegiatan *marketing* atau *Advertising* PT Berrybenka lebih efektif lagi sehingga bisa meningkatkan penjualan PT Berrybenka.