

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan di atas, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Peran promosi media sosial *Facebook* dan *Instagram* dalam meningkatkan penjualan motor bekas berpengaruh dan dapat meningkatkan penjualan Showroom Fazri Motor Banjarmasin secara bertahap dan berkesinambungan.
2. Kendala-kendala yang dihadapi dalam menggunakan media sosial *Facebook* dan *Instagram* dalam meningkatkan penjualan motor bekas di Showroom Fazri Motor Banjarmasin adalah calon konsumen hanya bertanya, adanya saingan dari showroom dan dealer sepeda motor resmi yang juga melakukan promosi *online*, dan lambatnya penjualan dari hasil pemasaran media sosial *Facebook* dan *Instagram*.

B. Saran

1. Disarankan pada Showroom Fazri Motor Banjarmasin untuk menambahkan tenaga penjualan khusus menangani pemasaran *online* sehingga ketika ada calon konsumen langsung datang, kegiatan pemasaran *online* tidak terganggu.
2. Hendaknya tenaga penjualan membuat daftar nama konsumen untuk ditindaklanjuti (*follow up*), membuat konsumen jadi pelanggan, dan membuat perulangan penjualan.