

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis terkait *Three Ways Strategy (Pull Push Pass Strategy)* oleh Kotler dan di dukung oleh teori *Marketing mix strategy 7P* yang diungkapkan oleh Kotler dan Armstrong untuk menjawab permasalahan yang ada dengan menyesuaikan *Segmentasi, Targeting* dan *positioning* yang diterapkan Gunung Geulis. Melalui wawancara yang dilakukan oleh informan dan observasi pada Instagram Gunung Geulis yang dilakukan oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa *Three Ways Strategy (Pull Push Pass Strategy)* yang diterapkan oleh Gunung Geulis Country Club Golf Bogor melalui Instagram menunjukkan adanya peningkatan loyalitas pelanggan dimasa pandemi Covid-19 tahun 2021-2021 dengan memanfaatkan beberapa fitur-Fitur Instagram yaitu kamera, *Followers*, jejaring sosial, tanda suka, *Caption, Instastory, Feeds, Label* atau *Hastag, Tag, Reels* dan *Mention*. Sedangkan, beberapa fitur yang tidak digunakan yaitu : *Live, Toko, Efek* dan *Filter*.

- *Pull Strategy*, yaitu Gunung Geulis semakin agresif dalam melakukan promosi di Instagram dimasa pandemi ini dengan mem-posting foto atau video baik terkait *event-event* yang ada di Gunung Geulis maupun konten-konten serta penggunaan *tagar* atau *hastag* disetiap postingannya agar menarik lebih banyak pelanggan.

- *Push Strategy*, yaitu dengan melakukan *collaboration* bersama beberapa komunitas Instagram melalui *mini turnamen* dengan *ingredient-nya* setiap komunitas mem-posting terkait event tersebut.
- *Pass Strategy*, yaitu dengan mengadakan vaksin bersama yang dibuka untuk umum baik untuk masyarakat dan khususnya karyawan yang kemudian di-posting melalui Instagram agar menciptakan hubungan baik dengan pelanggan serta mewujudkan *image* baik pada publik serta dengan *repost story* Instagram yang di upload oleh pelanggan yang telah datang bermain Golf di Gunung Geulis .

## 5.2. Saran

Terdapat saran yang diperuntukan tim marketing terkait promosi yang dilakukan melalui media sosial Instagram yang kurang interaktif, akan lebih baik jika melakukan promosi secara dua arah seperti melakukan *live* saat mengadakan *turnament* dan juga membuat konten-konten yang mengedukasi dan menarik seperti bagaimana cara bermain Golf dan lain sebagainya agar dapat membangun lebih baik lagi hubungan yang lebih intensif dengan pelanggan.