

BAB V

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan peneliti dan dari hasil analisis data dan juga pembahasan dari bab sebelumnya, yang digunakan untuk menjawab pada rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu IMPLEMENTASI MODEL AISAS PADA *PAYMENT GATEWAY* FASAPAY DALAM MENJANGKAU *MERCHANT* DAN KONSUMEN di YOGYAKARTA dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Sinergi model AISAS *Business to Business* dan *Business to Citizen* terbagi dalam beberapa tahapan yaitu :

Pada tahapan pertama yaitu *Attention* : Pada tahapan ini implementasi AISAS bekerja dengan memberikan design website yang baru, moderen, dan fasapay juga membuat *mobile-app* untuk menarik perhatian konsumen sesuai dengan kebutuhan mereka yang mengikuti perkembangan jaman. Lalu yang kedua adalah *Interest* : Pada bagian ini implementasi AISAS dengan fasapay menawarkan layanan biaya transaksi yang rendah pada setiap transaksi. Dengan layanan tersebut diharapkan model AISAS dapat menimbulkan ketertarikan kepada konsumen. Selanjutnya *Search* : Pada tahapan ini ada perbedaan pada model AISAS *Business to Business* dan *Business to Citizen*, dimana jika BTB tahapan ini yaitu konsumennya adalah perusahaan, dan BTC yaitu konsumennya adalah *citizen* atau masyarakat. Tahapan *search* ini dilakukan dengan pencarian di *search engine* bagi perusahaan dan pada *citizen* cenderung pencarian akan dilakukan pada sosial media dan *mobile app store* seperti *play store* dan *app store*. Lalu ada tahapan *Action* : Implementasi AISAS pada bagian

action ini juga memiliki perbedaan, dimana jika model AISAS BTB tahapan *action* dilakukan dengan perusahaan melakukan registrasi dan melakukan web integrasi antara fasapay dengan perusahaan terkait. Lalu pada BTC tahapan *action* dilakukan dengan *citizen* melakukan pengunduhan aplikasi dari *mobile-app*, lalu *citizen* melakukan aktivasi akun pada aplikasi tersebut.

Selanjutnya pada bagian *Share*, Tahapan ini implementasi AISAS bekerja dengan fasapay memberikan layanan berupa sistem *referral*, dimana jika konsumen fasapay membagikan informasi dan mengajak untuk bergabung dengan fasapay maka orang tersebut akan mendapat bonus dari fasapay karena telah membagikan dan mengajak hingga orang tersebut bergabung dengan fasapay.

2. Dalam implementasi model AISAS dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa bagian *share* merupakan yang paling menonjol dibanding bagian-bagian dalam model AISAS, dibuktikan dari beberapa narasumber mengatakan mereka mengetahui *payment gateway* fasapay dari rekan bisnis mereka. Dan mereka juga sebaliknya melakukan hal yang sama yaitu membagikan dan mengajak rekan bisnis mereka agar bergabung dan menggunakan jasa *payment gateway* fasapay.

B. Saran

- 1, Terhadap marketing fasapay

fasapay diharapkan dapat lebih memperbanyak belanja komunikasi di level Attention & interest sehingga dikenal lebih luas lagi.