

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil pembahasan uraian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka pada bab ini penulis akan menarik kesimpulan dan saran yang mungkin dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Restoran Sakurakita Palembang dalam usahanya untuk terus dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan.

#### **5.1 Kesimpulan**

1. Penggunaan media sosial instagram sebagai alat promosi pada Restoran Sakurakita Palembang sekarang ini sudah jauh lebih baik jika dibandingkan dengan sebelum menggunakan media sosial instagram. Hal tersebut dapat dilihat dari data penjualan yang menunjukkan peningkatan dari tahun 2013 hingga 2017 terjadi kelebihan target yang telah direncanakan perusahaan sebelumnya dan membuat keuntungan perusahaan menjadi meningkat secara cepat. Media sosial instagram dapat menciptakan interaksi langsung antara pihak Sakurakita dengan konsumen melalui komentar dan pesan Instagram.
2. Strategi promosi yang digunakan pada Restoran Sakurakita Palembang dalam media sosial instagramnya yaitu dengan mengadakan *giveaway* dan menginformasikan diskon, dengan strategi promosi ini dapat menarik konsumen untuk mengikuti instagramnya dan juga konsumen tertarik untuk membeli dengan diskon yang ditawarkan melalui informasi dari media sosial instagram.

#### **5.2 Saran**

Saran yang dapat diberikan kepada Restoran Sakurakita Palembang antara lain yaitu:

1. Perusahaan sebaiknya mempertahankan dan terus aktif terhadap penggunaan media sosial yaitu instagram sebagai alat promosi dan terus

memberikan respon yang cepat kepada konsumen. Hal tersebut akan membantu kesetiaan konsumen terhadap Restoran Sakurakita Palembang.

2. Restoran Sakurakita Palembang seharusnya menambah alat promosi lain yang ada dalam instagram seperti Instagram Ads dan Endorse Selebgram, dengan penambahan strategi promosi tersebut dapat menjangkau konsumen secara luas dan lebih banyak lagi yang mengetahui Restoran Sakurakita Palembang.