

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang penulis lakukan maka dapat diambil kesimpulan bahwa strategi promosi dalam meningkatkan jumlah konsumen pada Usaha Kopiloka Social Space hanya menggunakan bauran promosi periklanan, publisitas dan promosi penjualan. Strategi promosi yang sangat efektif digunakan Usaha Kopiloka Social Space adalah publisitas sedangkan media periklanan dan promosi penjualan masih kurang efektif maka dapat diambil kesimpulan dan saran sebagai berikut:

#### **1.1. Kesimpulan**

Penulis menarik beberapa kesimpulan mengenai strategi promosi dalam meningkatkan jumlah konsumen yang terdiri dari:

1. Pada media periklanan Usaha Kopiloka Social Space hanya menggunakan papan nama sebagai alat promosi yang bisa memberi tahu kepada masyarakat bahwa disana terdapat usaha yang menjual kopi.
2. Dalam media publisitas Usaha Kopiloka Social Space menggunakan Instagram dan Gojek sebagai alat promosi yang merupakan media promosi sangat efektif untuk memberikan suatu informasi mengenai Usaha Kopiloka ini.
3. Untuk promosi penjualan Usaha Kopiloka Social Space hanya menggunakan Kupon, hadiah dan paket harga sebagai alat promosi yang dapat menarik konsumen untuk membeli langsung produk tersebut.

#### **1.2. Saran**

Berdasarkan penelitian di atas maka saran dan masukan yang dapat diberikan sebagai pertimbangan bagi Usaha Kopiloka Social Space dalam meningkatkan promosi selanjutnya yaitu:

1. Usaha Kopiloka Social Space sebaiknya mengganti papan nama yang lebih menarik perhatian masyarakat serta memperbanyak media periklanan seperti media surat kabar, radio, majalah dan media periklanan lainnya sehingga dapat memberikan banyak informasi kepada masyarakat tentang produk dan Usaha Kopiloka Social Space.
2. Pada media publisitas Usaha Kopiloka Social Space sudah sangat efektif dalam mempromosikan produk lewat sosial media Instagram dan Gojek, maka dari itu sebaiknya Usaha Kopiloka harus tetap mempertahankan, membuat postingan yang lebih menarik dan harus meningkatkan lagi pada penggunaan media publisitas, agar Usaha Kopiloka tetap efektif dalam menggunakan media publisitas ini, serta tetap mengalami peningkatan penjualan untuk tahun berikutnya.
3. Sebaiknya pada promosi penjualan Usaha Kopiloka Social Space tetap menggunakan media kupon, hadiah dan lain-lain untuk setiap tahunnya dengan cara mengadakan kontes dan event tertentu, agar media promosi penjualan yang digunakan akan tetap mengalami peningkatan pada setiap tahunnya.

