

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan pembahasan di bab sebelumnya mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Crofflelicious Melalui Media Sosial dapat disimpulkan :

- Kedai Crofflelicious melakukan strategi komunikasi pemasaran melalui strategi produk, harga, distribusi, dan promosi
- Strategi harga yang dilakukan Kedai Crofflelicious dalam menarik minat beli konsumennya dengan memberi promosi sebagai daya Tarik konsumen untuk membeli.
- Kedai Crofflelicious melakukan strategi distribusi selain membuka kedai juga melalui franchise dan penjualan melalui aplikasi online seperti Grab dan Gojek.
- Strategi promosi yang dilakukan oleh Kedai Crofflelicious mengacu pada bauran promosi terdiri dari periklanan, penjualan personal, promosi dan hubungan masyarakat. Hal ini dibuktikan berdasarkan kegiatan yang dilakukan Kedai Crofflelicious dengan melakukan penjualan personal dan promosi penjualan.

5.2 Kesimpulan

Peneliti menyarankan pada owner Kedai Crofflelicious agar menambah varian rasa di Kedai Crofflelicious agar menambah daya minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan Kedai Crofflelicious.