

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan peneliti atas penelitian yang sudah dilakukan sebagai berikut:

1. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *library research* dan *field research*.
2. Objek penelitian dilakukan di warkop komang yang terletak di jalan jenderal sudirman, batin tikal, kecamatan taman sari, kota pangkalpinang, kepulauan Bangka Belitung 33121
3. Strategi dalam perencanaan komunikasi pemasaran melalui *IG Advertisement* dengan menetapkan tujuan yang jelas dalam perencanaan komunikasi pemasaran melalui *IG Advertisement*
4. Menghadapi beberapa kendala dalam komunikasi pemasaran melalui *IG Advertisement*
5. Strategi membuat konsumen baru kembali mengunjungi warkop, penting untuk memberikan pengalaman yang memuaskan dengan produk berkualitas tinggi dan layanan ramah serta profesional. Selain itu, perlu membangun dan memelihara hubungan dengan pelanggan melalui media sosial dan email, dengan berbagi informasi tentang produk dan promosi terbaru serta mendengarkan umpan balik dari pelanggan.
6. Iklan di Instagram memiliki dampak signifikan terhadap penjualan kopi dengan meningkatkan kesadaran merek, menjangkau *audiens* yang lebih luas, dan menarik pelanggan baru. Terdapat peningkatan kunjungan dan volume penjualan, terutama untuk produk unggulan. Analisis menunjukkan bahwa iklan ini memiliki dampak positif pada konversi dan retensi pelanggan, sehingga secara keseluruhan, *IG Advertisement* berkontribusi berarti terhadap pertumbuhan bisnis.

7. Hasil wawancara yang diperoleh terkait *Product* (produk) di warkop Komang, dapat disimpulkan bahwa menu di Komang sangat beragam, mencakup berbagai pilihan makanan dan minuman yang memiliki cita rasa unik dibandingkan pesaingnya. Minuman yang paling diminati adalah kopi susu dan lemon tea, keduanya memiliki rasa yang khas. Konsumen di warkop Komang cenderung lebih banyak memesan minuman dan makanan ringan seperti kentang goreng dan burger. Sementara itu, menu makanan berat masih terbatas, tetapi pilihan minumannya sudah cukup banyak. Hasil wawancara menunjukkan bahwa *Price* (harga) menu minuman dan makanan di Warkop Komang sangat terjangkau bagi semua kalangan, terutama bagi anak kos dan mahasiswa, dengan harga mulai dari Rp. 10.000. Hasil menunjukkan bahwa *Place* (tempat) lokasi Warkop Komang sangat strategis, terletak di pusat keramaian kota Pangkalpinang dan dekat dengan tempat ibadah. Warkop ini juga menyediakan fasilitas seperti *wifi* dan colokan adaptor untuk ponsel dan laptop, memudahkan mahasiswa dan pekerja untuk menyelesaikan tugas dan pekerjaan. Selain itu, lokasi Warkop Komang sangat cocok untuk dijadikan tempat berbagai acara seperti kumpul keluarga, buka puasa, nonton bareng, reuni, pertemuan organisasi, dan bermain bersama. Hasil wawancara menunjukkan bahwa *Promotion* (Promosi) Warkop Komang melalui *IG Advertisement* memiliki ciri khas tersendiri. Warkop ini sering mengadakan berbagai *event* seperti nonton bareng bola, baik lokal maupun mancanegara. Admin Instagram Warkop Komang sangat aktif dalam mempromosikan warkop, mengadakan *event-event* dan merepost konten. Konten-konten yang diiklankan menarik sehingga dapat meningkatkan jumlah *like*, kunjungan dan *followers*.

5.2. Saran

Saran pada penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan bagi semua pihak yang bersangkutan, yaitu sebagai berikut:

1. Peneliti berharap hasil penelitian ini bisa dijadikan sebagai bahan referensi untuk mengembangkan lagi penelitian yang berkaitan dengan judul sama yang diambil yaitu penggunaan *IG Advertisement* sebagai sarana pemasaran digital
2. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar durasi penelitian diperpanjang. Hal ini memungkinkan pengumpulan data yang lebih komprehensif dan mendalam, sehingga hasil yang diperoleh dapat memberikan gambaran yang lebih akurat dan menyeluruh mengenai objek penelitian.
3. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar metode yang digunakan menggabungkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan ini memberikan pemahaman yang lebih komprehensif dan mendetail, dengan data kuantitatif yang menyediakan informasi statistik dan data kualitatif yang menawarkan wawasan mendalam mengenai perspektif dan pengalaman responden.

