

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang diterapkan oleh Sate Ratu dengan memanfaatkan media sosial Instagram sudah tepat dilakukan. Dapat dilihat pada data yang telah didapatkan justru strategi promosi yang dijalankan oleh Sate Ratu adalah bahwa kombinasi antara penyajian produk berkualitas tinggi dan pemberian pengalaman unik kepada pengunjung dapat menciptakan daya tarik yang kuat dan meningkatkan reputasi restoran. Kegiatan promosi yang dilakukan di akun Instagram @sateratu sebagai strategi promosi meliputi berbagai upaya kreatif untuk menarik perhatian konsumen. Strategi promosi ini mengacu dengan teori bauran promosi Kotler & Armstrong, lima bauran yaitu periklanan, penjualan personal, publisitas, promosi penjualan, dan pemasaran langsung, hal itu diterapkan semua, namun meski demikian tidak semuanya dilakukan secara seimbang ada beberapa yang dilakukan lebih dominan yaitu periklanan, penjualan personal, promosi penjualan.

Dalam setiap postingan yang diunggah di akun Instagram Sate Ratu, restoran ini memanfaatkan berbagai fitur Instagram, seperti *stories*, *reels*, dan *highlights*, untuk menunjang pelaksanaan strategi promosi mereka. Penggunaan fitur-fitur ini tidak hanya meningkatkan interaksi dengan pengikut, tetapi juga memperkuat branding dan visibilitas Sate Ratu di platform media sosial. Hasil yang didapatkan pada penelitian ini menggunakan strategi promosi organik, yang mengandalkan postingan reels, interaksi dengan pelanggan, jadi Sate Ratu sangat interaktif pada promosi Instagram. Komunikasi pemasaran yang dijalankan melalui akun Instagram Sate Ratu meningkatkan kesadaran merek di kalangan khalayak yang lebih luas, dari masyarakat dalam kota, luar kota, hingga mancanegara. Strategi ini memanfaatkan interaksi personal untuk menciptakan hubungan yang lebih mendalam dengan pelanggan dan menciptakan kepuasan pelanggan. Pendekatan yang berfokus pada kualitas produk dan pengalaman pelanggan ini terbukti efektif dalam meningkatkan popularitas dan keberhasilan jangka panjang Sate Ratu di industri kuliner Yogyakarta.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Saran penelitian selanjutnya agar dapat melakukan penelitian mendalam terkait bagaimana strategi promosi *word of mouth* melalui Instagram @sateratu. Kemudian penelitian selanjutnya juga dapat meneliti pengaruh promosi melalui instagram terhadap keputusan pembelian Sate Ratu sehingga diharapkan lebih banyak kajian yang dapat melengkapi penelitian ini.

5.2.2 Saran Praktis

Sate Ratu bisa menambahkan konten dan memaksimalkan fitur-fiturnya di Instagram supaya meningkatkan interaksi dan engagement kepada konsumen, seperti kuis, polling, undian, kolaborasi dengan influencer. Dengan demikian Sate Ratu agar meningkatkan keberhasilan jangka panjang, meningkatkan efektivitas strategi promosi, memperkuat posisi pasar, dan memperluas pangsa pasar mereka dalam bisnis kuliner.

