

BAB IV

KESIMPULAN

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan evaluasi yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan media digital Instagram dan WhatsApp memiliki pengaruh yang signifikan dalam upaya peningkatan penjualan di Nana's Kitchen. Instagram efektif dalam menarik pelanggan baru melalui konten visual yang menarik dan promosi berkala, sementara WhatsApp lebih berperan dalam menjaga loyalitas pelanggan melalui komunikasi langsung dan penawaran personal. Strategi pemasaran digital ini telah berhasil membantu Nana's Kitchen dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan volume penjualan secara bertahap.

4.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk pengembangan lebih lanjut, antara lain:

1. Meningkatkan kualitas dan konsistensi konten Instagram, termasuk penggunaan fitur Reels dan kolaborasi dengan food influencer untuk menjangkau audiens yang lebih luas.
2. Mengoptimalkan penggunaan WhatsApp Business, terutama fitur katalog, pesan otomatis, dan label pelanggan untuk manajemen komunikasi yang lebih efisien.
3. Melakukan evaluasi berkala terhadap performa kampanye digital, termasuk waktu posting, engagement rate, dan konversi penjualan untuk masing-masing platform.
4. Mengembangkan program loyalitas pelanggan, seperti diskon khusus pelanggan lama atau sistem poin, untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada.
5. Meningkatkan kapasitas digital marketing tim, baik melalui pelatihan maupun kolaborasi dengan pihak profesional untuk mendukung strategi pemasaran yang lebih terstruktur dan terarah.