

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan strategi promosi Kedai Kopi Lurah dalam memperkenalkan *brand* yaitu meliputi periklanan (*advertising*) dengan aktif dalam memposting kegiatan yang diadakan, menggunakan facebook dan instagram dalam membagi dua segmen pasar, memberikan beragam informasi pada *feed* instagram, promosi penjualan (*sales promotion*) berupa membagikan vocher kepada masyarakat, memiliki latar tempat yang unik, berpartisipasi dalam kegiatan yang diselenggarakan kelurahan, penjualan perorangan (*personal selling*) dengan menyediakan pelayanan reservasi, memberikan pelayanan yang baik, mengadakan pertunjukan *live music*, memiliki 80% tempat *outdoor*, hubungan masyarakat (*public relations*) dengan menyediakan program yang bermanfaat bagi masyarakat, membuka lapangan pekerjaan bagi pemuda-pemudi setempat, didukung oleh pihak kelurahan, penjualan langsung (*direct marketing*) dengan menyediakan katalog menu yang memiliki informasi lengkap, memiliki menu ciri khas, menjadi mitra *shopeefood* dan *gofood*, memiliki fasilitas wifi.

5.2 Saran

1. Secara akademis, penelitian ini meneliti tentang strategi promosi yang sesuai untuk Kedai Kopi Lurah dalam memperkenalkan brand, maka dari itu peneliti menyarankan bagi peneliti selanjutnya untuk meneliti mengenai strategi

promosi yang paling tepat untuk Kedai Kopi Lurah dalam memperkenalkan brand.

2. Secara praktis, peneliti menyarankan bagi pengelola Kedai Kopi Lurah untuk lebih mengoptimalkan atau meningkatkan seluruh aspek strategi promosi terutama dalam strategi promosi *personal selling*.

