

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, penulis dapat menyimpulkan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Strategi promosi dalam pemasaran PT. 372 kopi, PT. 372 kopi ini memiliki strategi promosi seperti pada umumnya perusahaan yang memiliki perencanaan (*planning*) untuk mencapai suatu tujuan yang diharapkan. Dengan perencanaan yang matang PT. 372 kopi memiliki rencana yang meliputi sebuah promosi yang mengikuti sasaran pasar, prinsip perusahaan sehingga apa yang dituju bisa berhasil, kelebihan yang diciptakan kenyamanan sehingga membuat pengunjung kembali lagi, kegiatan sebagai daya tarik untuk membuat customer penasaran dan ingin berkunjung, dan kesan yang ada di PT. 372 kopi yaitu sebuah kenyamanan ruang. Hal tersebutlah yang dilakukan dalam strategi promosi PT. 372 kopi sehingga bisa mencapai tujuan dan terus berkembang seperti sampai saat ini karena menurut penelitian sebuah kenyamanan bagi customer itu sangatlah penting agar customer selalu merasa puas dengan pelayanan yang berikan PT. 372 kopi.

2. Hambatan dalam pemasaran PT. 372 kopi, hambatan yang dihadapi PT. 372 kopi termasuk terbilang wajar pada umumnya selain sebuah komentar buruk di media sosial yang selalu sering terjadi ataupun pada persaingan yang semakin merajalela dikalangan kedai kopi, covid-19 juga menjadi salah satu hambatan yang terberat di PT. 372 kopi sehingga untuk menebus penjualan PT. 372 kopi melakukan sebuah promo besar dan melakukan penjualan siap antar dengan maksimal jarak yang ditentukan oleh PT. 372 kopi untuk selebihnya hambatan yang PT. 372 kopi alami yaitu tentang ornament kayu sebagai ciri khas mereka yang harus di rawat dengan sebaik mungkin.
3. Konten dalam pemasaran PT. 372 kopi, hal yang sungguh sangat di perhatikan oleh PT. 372 kopi, konten tentang postingan-postingan di instagram PT. 372 kopi bertujuan agar semua customer yang melirik instagram PT. 372 kopi bisa memberi nilai plus bahwa PT. 372 kopi tidak hanya menciptakan kenyamanan di tempat yang PT. 372 kopi berikan tetapi PT. 372 kopi juga memberikan kenyamanan untuk mata para pelanggan agar saat melihat postingan PT. 372 kopi di instagram yang bertema dan menjual sebuah ruang atau vibes dengan mengambil furniture kayu supaya para customer merasa ngopi di halaman belakang rumah sendiri seperti yang kita ketahui #ngopidihalamanbelakang PT. 372 kopi di Instagram

## **5.2. Saran**

### **5.2.1. Saran Akademis**

Hasil penelitian ini dapat memberikan saran akademis berupa sumbangan pikiran untuk perkembangan ilmiah dan tambahan referensi penelitian bagi ilmu komunikasi yang menyangkut dengan penelitian komunikasi pemasaran, khususnya dalam hal strategi komunikasi melalui media sosial.

### **5.2.2. Saran Praktis**

Hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan kepada khalayak umum mengenai strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial, agar menjadi tambahan daya tarik bagi sekelompok untuk mengetahui PT. 372 kopi lebih lanjut.