

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi pemasaran yang telah dilakukan Elzatta Kediri dalam menarik minat pelanggan telah berpacu pada strategi komunikasi yang terdiri dari (1) Iklan dengan memanfaatkan media sosial seperti instagram, facebook, dan whatsapp, meliputi postingan produk Elzatta Kediri yang tersedia di *store* maupun produk yang baru saja *launching*, menyertakan hastag, dan menyimpan kontak yang tertera. (2) *Personal selling* melalui *word of mouth communication* atau komunikasi mulut ke mulut. (3) *Sales promotion* dengan memberikan promo-promo menarik serta paket *hampers* edisi special. (4) Seluruh karyawan Elzatta Kediri menjadi *public relations* yang sama-sama memiliki tanggung jawab untuk menjaga hubungan yang baik kepada calon pembeli dan pelanggan.
2. Strategi tersebut telah melalui pertimbangan tujuh elemen komunikasi yaitu (1) produk selalu memperhatikan kualitas bahan yang diberikan, (2) harga yang diberikan sangat bervariasi sesuai dengan berbagai jenis produk dan motif, (3) tempat yang sangat strategis membuat calon pembeli dan pelanggan dapat berkunjung langsung ke *store*, (4) promosi yang dilakukan secara *offline* dan *online*, (5) proses yang dilakukan ketika melakukan transaksi pembelian produk sangat memudahkan pelanggan, (6) dalam partisipan atau orang, karyawan akan membantu calon pembeli ataupun pelanggan dalam mencari produk yang

diinginkan, (7) keadaan store Elzatta Kediri sangat tertata rapih dan bersih sehingga pelanggan begitu nyaman saat berbelanja di store.

3. Faktor penghambat yaitu saat melakukan promosi penjualan produk melalui iklan di media sosial owner Elzatta Kediri takut pesan terkait promo-promo maupun produk yang baru *launching* tidak terlihat oleh masyarakat kota Kediri karena ter-*scroll* begitu saja saat melihat adanya iklan tersebut.

## **B. Saran**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan ada beberapa saran yang ingin disampaikan, yaitu:

### **1. Saran Akademis**

Untuk mengembangkan penelitian seperti ini, kedepannya dapat dikembangkan dengan mengetahui lebih dalam bagaimana Elzatta Kediri dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran sebagai dengan pembanding objek penelitian, strategi seperti apa yang efektif dan efisien diterapkan. Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang ada pada penelitian ini.

### **2. Saran Praktis untuk Elzatta Kediri**

Senantiasa meningkatkan dan mengembangkan konten untuk produknya melalui media sosial dengan membuat *caption* menarik agar membuat calon pembeli tertarik, serta melakukan iklan secara terus menerus di media sosial agar masyarakat di kota Kediri dan sekitarnya mengetahui promo yang diberikan serta produk yang baru *launching* di store Elzatta Kediri. Saat adanya promo yang berlangsung, Elzatta Kediri dapat menggunakan banner ataupun spanduk di depan *store* agar menarik minat masyarakat di kota Kediri untuk berbelanja produk tersebut.