

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, mengenai Strategi Pemasaran Bisnis Ayam Geprek Yang Memanfaatkan Influencer Melalui Media Sosial, melalui analisis terhadap data-data yang telah di kumpulkan oleh peneliti melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dalam penelitian ini, maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Dengan menggunakan sosial media marketing khususnya Instagram bisa lebih meningkatkan penjualan. Menggunakan *Influencer* untuk lebih meningkatkan pemasaran di media sosial Instagram, karena peran *Influencer* ini memberikan peran yang lebih positif terhadap kemajuan Ayam Geprek Bosku karena saat ini konsumen mengetahui Ayam Geprek Bosku ini dari *Influencer*, mulut kemulut dan yang terakhir peran variable tempat/place dalam marketing mix bisa membuat pengunjung untuk datang kembali ke Ayam Geprek Bosku karena Ayam Geprek Bosku ini memberikan dan menyuguhkan pelayanan yang baik dan ramah. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyimpulkan bahwa *Influencer* marketing berpengaruh terhadap penjualan Ayam Geprek Bosku melalui platform Instagram. *Influencer* marketing merupakan kunci utama untuk meningkatkan citra perusahaan. Melalui penggunaan media sosial seperti Instagram yang didominasi oleh kaum generasi Z merupakan cara yang tepat karena generasi ini mudah beradaptasi terhadap perkembangan teknologi, tren yang terjadi, dan mengonsumsi media dalam kesehariannya.

2. Faktor pendukung usaha tersebut diantaranya selalu menjaga kepuasan konsumen melalui kualitas, produk, harga, pelayanan, fasilitas yang baik, inovasi baru teknologi kuliner, serta penggunaan *Influencer* yang dapat meningkatkan penjualan produk Ayam Geprek Bossku. Faktor penghambat usaha diantaranya yaitu banyak muncul pesaing rumah makan sejenis, naiknya bahan baku dan kemajuan teknologi yang semakin pesat mengharuskan untuk mengikuti arus.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, maka peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Untuk Pihak Ayam Geprek Bossku agar tetap mempertahankan segi produk, kualitas, harga, pelayanan dan sambal Ayam Geprek Bossku. Karna dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti konsumen senang dengan pelayanan yang diberikan karyawan kepada mereka karna pelayanan yang cepat dan ramah, untuk rasa sambal konsumen banyak menyukai rasa sambal Ayam Geprek Bossku yang enak, fress dan terasa pedasnya yang menyediakan level kepedisan sesuai dengan selera konsumen. Dengan demikian demi kenyamanan dan kepuasan pelanggan maka untuk pihak Ayam Geprek Bossku harus tetap mempertahankan keunggulan tersebut.
2. Dalam menyusun konsep perencanaan dan penerapan dalam komponen strategi pemasaran pada segmentasi Ayam Geprek Bossku untuk lebih memperhatikan dan menyesuaikan dengan target pasar yang ada yaitu lebih mengarah pada masyarakat. Kemudian dalam komponen targeting pada Ayam Geprek Bossku untuk bisa lebih fokus dengan target-target yang akan

dibidik yaitu kalangan menengah dan atas, sehingga tujuan perusahaan bisa lebih terarah.

3. Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan, maka diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat melanjutkan penelitian ini dengan mengukur dari segi aspek yang berbeda dengan metodologi yang berbeda.