

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

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

1. Penggunaan media sosial terutama Facebook sangat membantu dalam meningkatkan jumlah penjualan. Dengan memasang iklan berupa gambar produk dan berkomunikasi langsung dengan pembeli, strategi pemasaran digital bisa memperluas jangkauan pasar serta memicu semangat beli konsumen.
2. Pelayanan online yang cepat tanggap serta harga yang sesuai dengan kualitas produk membantu membuat konsumen lebih puas. Meskipun usaha ini belum memakai iklan berbayar dan masih kurang beragam dalam variasi produk, strategi pemasaran secara digital yang digunakan ternyata berhasil meningkatkan penjualan Kue Pia Bunda 2F.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka terdapat beberapa saran yang penulis berikan, yaitu:

1. Diharapkan peneliti berikutnya bisa menggunakan pendekatan kuantitatif atau kombinasi kuantitatif dan kualitatif untuk mengukur dampak strategi pemasaran digital secara lebih jelas dan tidak subjektif.
2. Bisa menambahkan beberapa hal lain seperti iklan digital, analisis media sosial, dan manajemen hubungan pelanggan, yang belum dibahas secara lengkap dalam penelitian ini.
3. Diharapkan pemilik usaha kue pia bunda 2F dapat menambahkan penggunaan media sosial lain seperti instagram sebagai sarana pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan jumlah konsumen.