

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, maka kesimpulan pada penelitian ini adalah akun Instagram @KoffieFictie menggunakan bauran komunikasi pemasaran 7P dengan pemanfaatan feeds melalui media sosial Instagram. di akun Instagram @KoffieFictie dengan pemanfaatan *feeds* maka komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh @KoffieFictie melalui tahap bauran komunikasi pemasaran 7P (Produk, Harga, Distribusi, Promosi, Sarana Fisik, Orang, Proses) dapat disimpulkan adalah :

1. Produk (*Product*)

Peneliti menemukan bahwa postingan produk yang diunggah oleh *feeds* Instagram @KoffieFictie bertujuan untuk memperkenalkan sekaligus memberikan informasi tentang produk-produk Koffie Fictie. Produk yang sering diunggah oleh @KoffieFictie merupakan produk unggulan atau *signature* dari Koffie Fictie salah satunya kopi Fictie.

2. Harga (*Price*)

Peneliti menemukan bahwa harga yang ditampilkan dalam *feeds* @KoffieFictie dengan harga sangat terjangkau.

3. Distribusi (*Place*)

Peneliti menemukan bahwa ada dua distribusi yaitu *online* lewat akun Instagram, gofood, grabfood. Dan *offline* lewat pemesanan langsung ke tempat dari Koffie Fictie.

4. Promosi (*Promotion*)

Peneliti menemukan bahwa kegiatan promosi yang dilakukan oleh Koffie Fictie dalam memanfaatkan *feeds* Instagram adalah dengan memposting

konten-konten promo *combo* (diskon) pada produk minuman dan makanan dari Koffie Fictie.

5. Sarana Fisik (*Physical Evidence*)

Peneliti menemukan bahwa Koffie Fictie memasukkan unsur tempat ke dalam cuplikan konten *feeds* itu untuk memberikan informasi kepada calon pembeli.

6. Orang (*People*)

Peneliti bahwa Koffie Fictie menerapkan kepada para karyawannya untuk bersifat terbuka pada para pelanggan dengan diharapkan para pelanggan bisa merasa nyaman.

7. Proses (*Process*)

Peneliti menemukan bahwa Koffie Fictie memiliki cara tersendiri dalam membuat sebuah produknya dan Koffie Fictie menerapkan sistem mengantar dalam penyajiannya sehingga pelanggan merasa nyaman.

## 5.2 Saran

Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai komunikasi pemasaran maka disini peneliti ingin memberi saran dan masukan bagi khalayak umum dan bagi peneliti selanjutnya untuk bahan evaluasi. Hal ini untuk pembaca dan peneliti yang ingin melakukan penelitian selanjutnya, sebagai berikut :

### 1) Bagi Khalayak umum

Peneliti berharap masyarakat yang mempunyai perusahaan khususnya dalam bidang *food and beverage* hendaknya untuk membuat rencana dalam melakukan komunikasi pemasaran, tidak asal dalam melakukan keputusan hanya dengan niat mencari untung tanpa memperdulikan hasil buruk yang dapat diterima.

## 2) **Bagi peneliti selanjutnya**

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi oleh penenelitian kajian komunikasi selanjutnya dengan menambahkan atau mengembangkan aspek kajian keilmuan terhadap komunikasi pemasaran serta pemanfaatan *feeds* melalui media sosial Instagram.

