

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. bahwa tingkat efektifitas aktivitas pemasaran Bewaffle Surabaya pada media sosial instagram dapat dikatakan efektif.
2. Hasil analisis *EPIC Model* dari masing – masing indikator kuesioner sudah memberikan skor yang positif walaupun ada beberapa indikator pernyataan pada kuesioner yang bernilai negatif namun masih lebih dominan yang memiliki skor positif yang berarti bahwa tingkat efektifitas pemasaran tersebut efektif.
3. Peranan media sosial Instagram merupakan terobosan strategi pemasaran yang cukup baik.
4. Namun disisi lain dari segi instagram sendiri masih kurang optimal dalam strategi *posting* konten. Sehingga jangkauan pasar juga tidak terlalu luas masih sekitar surabaya tertentu saja.
5. Fitur instagram lain seperti *story* juga jarang, sedangkan *story* adalah fitur yang saat ini sangat *booming* sekali.

4.2 Saran

Dari hasil analisis juga terdapat beberapa hasil yang negatif yang menunjukkan bahwa strategi pemasaran media sosial Instagram kurang efektif, dan kurang menarik perhatian beberapa responden. Maka diperlukan optimasi dalam pelaksanaan strategi tersebut dari sisi EPIC Model tersebut agar lebih sesuai dengan target pasar. Perbaikan pada konten yang akan di *posting* dan *hashtag* yang sangat berpengaruh dalam penyebaran suatu kiriman. Pemanfaatan fitur *story* yang lebih dioptimalkan lebih baik lagi.³³

Untuk meningkatkan lebih lanjut sebaiknya Bewaffle tidak hanya menggunakan Instagram saja sebagai media pemasaran mereka. Banyak sekali media pemasaran lainnya yang sesuai di era modern ini. Tidak semua masyarakat menggunakan Instagram. Harapannya dengan menggunakan media lain, Bewaffle mampu mencapai target pasar yang lebih luas lagi.