

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik observasi dan wawancara yang bertujuan untuk mendiskripsikan E-WOM melalui media sosial Instagram sebagai strategi pemasaran pada Restoran Kudapan.

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

- 1) Strategi pemasaran E-WOM yang diimplementasikan pada Restoran Kudapan yaitu menerapkan konten, intensitas, dan pendapat positif dan negatif berupa mengunggah foto dan video produk pada media sosial Instagram.
- 2) Tantangan yang dihadapi Restoran Kudapan adalah membuat konsumen melakukan pembelian ulang, dan meningkatkan minat konsumen pada produk Restoran Kudapan.
- 3) Solusi atas tantangan yang ada pada Restoran Kudapan ada 2, yang pertama solusi agar konsumen melakukan pembelian ulang yaitu dengan meningkatkan kualitas produk serta pelayanan pada Restoran Kudapan. yang kedua solusi agar meningkatkan minat konsumen pada produk Restoran Kudapan adalah dengan tetap menjual produk secara *online* maupun dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan harga sebelumnya, melakukan promosi yang menarik, produk dijadikan bonus (*gift*) bagi konsumen yang melakukan pembelian.

B. Saran-saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah dipaparkan di atas, berikut saran-saran yang bisa menjadi evaluasi kepada pihak-pihak yang bersangkutan :

- 1) Bagi Restoran Kudapan, diharapkan untuk terus menjalankan aktivitas pemasaran secara konsisten di media sosial khususnya Instagram dalam menciptakan suatu konten serta postingan terbaru untuk para konsumen.
- 2) Bagi civitas akademika dapat melakukan penelitian terkait dengan E-WOM di media sosial secara lebih mendalam.