

## **BAB V PENUTUP**

### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil wawancara dari penelitian tersebut, maka dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Mubarokfood Cipta Delicia menggunakan Instagram sebagai media promosi untuk mengenalkan produk sekaligus kegiatan perusahaan yang dilakukan oleh tenaga admin perusahaan di Instagram maupun media online lainnya
2. Mubarokfood setelah menjalankan promosi online mendapatkan kendala atau hambatan pada perilaku konsumen yang berbeda, dan pemberian konten yang tidak sesuai dengan target konsumen, serta kurangnya desain yang menarik seperti video untuk mempromosikan produk.
3. Peran adanya media sosial Instagram ini dapat meningkatkan penjualan produk, terutama produk yang banyak diminati oleh konsumen. Baik dari grosir maupun toko. Untuk toko volume penjualannya meningkat. Inovasi produk yang di display di toko juga mengalami peningkatan.

### **B. SARAN**

Berdasarkan penelitian tersebut, penulis ingin memberikan saran kepada perusahaan untuk lebih baik dalam kedepannya, sebagai berikut:

1. Bekerja sama dengan brand ambassador atau artis yang dapat menjadi daya tarik konsumen
2. Memberikan detail produk pada media sosial Instagram
3. Memberikan video atau konten yang menarik untuk mendorong konsumen membeli produk Mubarokfood.