

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan, maka terdapat beberapa kesimpulan dari penelitian, yaitu ialah strategi digital marketing yang diterapkan pada cafe Niscala dalam strategi persaingan menggunakan strategi *marketing mix* 4P, yaitu strategi produk, strategi harga, strategi tempat serta strategi promosi. Pada cafe Niscala terdapat beberapa macam produk yaitu menu makanan dan minuman disajikan secara lengkap dan terjamin kualitasnya.

Strategi harga sebisa mungkin cafe Niscala memberikan harga yang tidak jauh berbeda dengan pesaing, karena jika terlalu mahal khawatir produk yang dipasarkan akan tidak laku atau tidak diminati oleh konsumen. Lokasi tempat yang strategis memberikan kemudahan kepada calon konsumen yang ingin berkunjung dan berbelanja di cafe Niscala.

Dalam hal promosi, cafe Niscala mencoba mengambil langkah untuk memposting postingan brosur-brosur iklan yang diposting disetiap akun sosial media yang dianggap bisa dilihat oleh calon konsumen. Selain menggunakan strategi diatas, cafe Niscala juga berupaya menggunakan strategi melalui pendekatan analisis SWOT.

## **B. Saran**

Pada hasil skripsi ini penulis juga ingin memberikan saran-saran kepada berbagai pihak dan semoga ini menjadi sumbangan saran yang bermanfaat untuk menjadi lebih baik, diantaranya ialah :

1. Cafe Niscala harus mampu mempertahankan strategi pemasaran yang dilakukan saat ini.
2. Cafe Niscala harus mampu menggunakan serta memanfaatkan teknologi agar lebih memudahkan selama melakukan pemasaran atau promosi produk.
3. Cafe Niscala harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan agar tetap mempertahankan kepercayaan konsumen.
4. Cafe Niscala harus mencoba memberikan inovasi produk terhadap produk-produknya agar lebih memiliki perkembangan dan peningkatan.