

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan di Resto Roti kuro bubble tebet, maka penulis memberikan kesimpulan antara lain:

1. Pelaksanaan strategi buaran pemasaran yang diterapkan pada roti kuro bubble tebet dengan menciptakan menu yang bervariasi dan dipasarkanya melalui gofood dan grabfood, sehingga custamer dapat memilih seuai keinginannya meskipun berada jauh dari lokasi penjualan. Lokasi atau tempat roti kuro bubble sangat strategis karena letaknya dekat dengan pasar yang mana daerah tersebut ramai dikunjungi masyarakat. Dan strategi promosi yang dilakukan roti kuro bubble cukup baik melalui jejaring sosial seperti facebook dan instagram, selain itu juga mengadakan pendaftaran frenchise bagi yang ingin bergabung.
2. Pelaksanaan kegiatan pejualan melalui grabfood lebih banyak diminati oleh custamer dibandingkan melalui gofood.
3. Pada resto roti kuro bubble juga terdapat kendala yaitu tidak dapat memproduksi bahan baku roti sendiri sehingga roti kuro bubble harus membeli ketempat produksi dengan jumlah yang diperkirakan akan habis sebelum 3 hari.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, penulis ingin memberikan saran sebagai bahan masukan untuk resto roti kuro bubble, antara lain:

1. Sebaiknya pihak resto roti kuro bubble tidak hanya mengeluarkan produk yang berbeda dengan kompetitor lain tetapi juga harus memperhatikan kualitas yang lebih baik dan *packaging* yang lebih menarik.

Sebaiknya resto roti kuro bubble tidak hanya mengkhususkan menjual menunya dengan sistem online tapi juga dengan sistem offline.