BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa penerapan video promosi melalui media sosial *Instagram* memiliki pengaruh yang cukup besar dalam eksistensi dan minat beli dari pelanggan. Hal tersebut dikarenakan video promosi mampu memberikan pengertian atau gambaran terkait sebuah usaha dengan cara yang lebih menarik dan lebih detail.

Pengunggahan video promosi melalui media sosial *Instagram* merupakan cara yang paling efektif, mengingat banyaknya jumlah pengguna media sosial *Instagram* sehingga menjadikannya sebagai media promosi yang efektif. Dengan bantuan media sosial *Instagram*, video promosi dapat tersebar secara luas, tidak hanya di daerah sekitar kafe Zea Eats saja.

B. Saran

Adapun beberapa masukan serta saran dari peneliti untuk kafe Zea Eats yaitu lebih memperhatikan media sosial yang digunakan dalam menyampaikan informasi-informasi terkait kafe Zea Eats. Desain *Flyer* yang digunakan untuk menginformasikan promo ataupun kegiatan kafe lainnya harus lebih menarik lagi agar dapat menarik perhatian pelanggan.

Peneliti juga menyarankan agar lebih sering berinovasi terhadap promo-promo yang ditawarkan. Contohnya yaitu promo potongan harga pada hari perayaan seperti spesial hari kemerdekaan, spesial ramadan, atau spesial tahun baru.