

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi promosi pada Frozen Food di Royal Frozen Food dilakukan dengan memanfaatkan teknologi untuk digital marketing, memberikan promo berupa potongan harga dan bonus bagi pelanggan setia,
2. kendala dalam memasarkan produk frozen food meliputi persaingan yang ketat, Perubahan Preferensi pelanggan, stok barang sering terlambat, kurangnya pengetahuan media sosial. Dengan upaya yang konsisten dan penyesuaian terhadap masalah yang muncul, pemilik toko dapat dan menarik lebih banyak pelanggan.

B. Saran

1. Pemilik toko Royal Frozen Food

Pemilik usaha sebaiknya dapat mempertahankan upaya penyelesaian masalah promosi melalui pemanfaatan sosial media.

2. Masyarakat

Masyarakat hendaknya ikut mendukung keberadaan usaha Royal Frozen Food di lingkungan sekitar dengan turut serta dalam mengembangkan usaha tersebut agar dapat berdampak pada masyarakat luas terutama dalam meningkatkan perekonomian masyarakat.

3. Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya sebaiknya dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan penelitian secara kualitatif terkait faktor-faktor yang mempengaruhi kegiatan promosi di toko Royal Frozen Food.