BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan uraian dari bab sebelumnya, maka penulis mengambil simpulan mengenai " Strategi Promosi Heidami Ramen Dalam Menarik Minat Konsumen Dikalangan Mahasiswa Kota Bandung" adalah sebagai berikut :

1. **Periklanan *(Advertising)*** yang dilakukan Heidami Ramen di sosial media yaitu twitter @HeidamiRamen harus dipertahankan, hal ini sangat penting untuk meningkatkan penjualan mie ramen di kedainya. Sasaran dari Heidami Ramen yaitu para mahasiswa yang ada di Kota Bandung yang sebagian besar mempunyai *account* twitter sehingga Heidami Ramen tidak sulit memberikan informasi-informasi tentang kedainya untuk meningkatkan minat para konsumennya.
2. ***Personal Selling*** yang dilakukan oleh pemilik Heidami Ramen yaitu dengan melakukan promosi ke setiap universitas-universitas di Kota Bandung harus dipertahankan agar Heidami Ramen dapat mengenal lebih dekat para konsumennya yang sebagian besar adalah mahasiswa Kota Bandung sehingga Heidami Ramen dapat mengetahui apa yang diinginkan dan lebih mengerti konsumennya.
3. **Promosi Penjualan** yang dilakukan oleh Heidami yaitu dengan menggunakan media sosial twitter untuk mengadakan kuis di account twitter @HeidamiRamen untuk para konsumennya dengan hadiah

memberikan gratis mie ramen untuk para pemenangnya. Hal ini dilakukan agar konsumen lebih mempunyai minat yang tinggi kepada Heidami Ramen.

4. **Hubungan masyarakat** yaitu dengan melakukan periklanan (advertising), personal selling dan promosi penjualan dilakukan semata-mata hanya untuk memberikan citra yang positif bagi para konsumennya agar konsumen Heidami Ramen dapat memandang kedai ramen ini menjadi kedai yang memperhatikan keinginan konsumennya.

5.2 Saran

Dalam penelitian yang dilakukan ini, Peneliti memberikan saran-saran yang bermanfaat bagi semua pihak yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Strategi promosi Heidami Ramen diharapkan dapat atau mampu untuk kreatif dan inofatif dalam melakukanpromosi penjualannya, tidak hanya dilakukan dimedia sosial twitter tetapi media lainnya seperti media cetak, media elektronik dan membuat blog khusus tentang Heidami Ramen.

2. Memperluas lagi pasar untuk seluruh pasar yang ada tidak terfokus pada satu pasar saja, dalam artian Heidami Ramen Bandung

membangun lagi cabang yang lain baik didalam kota ataupun diluar kota Bandung.

3. Memberikan pelayan *delivery* kepada setiap konsumen yang memesan dari rumah.