

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Strategi optimalisasi iklan *top-ads* terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kopi “Lampung Gold” kemasan 200gr merek *El’s Coffee* di *marketplace* Tokopedia berhasil dijalankan ditandai dengan meningkatnya pembelian per-harinya. Relasisasi pengoptimalan iklan *top-ads* dinilai membawa dampak positif bagi praktikan dan perusahaan *El’s Coffee* dengan menerapkan unsur bauran pemasaran 4P (*marketing mix*) lewat analisis *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi).

5.2 Saran

Berdasarkan Kerja Praktik (KP) yang telah dilaksanakan, praktikan memberikan beberapa kritik dan saran untuk praktikan selanjutnya yang dapat dipertimbangkan, antara lain:

- (1) Bagi pembaca, strategi optimalisasi iklan *top-ads* terhadap keputusan pembelian konsumen diharapkan agar dapat digunakan untuk menambah wawasan para pembaca dalam bidang ekonomi bisnis dan dapat memotivasi para pembaca untuk memulai bisnis berbasis digital.
- (2) Bagi praktikan selanjutnya, diharapkan agar dapat dijadikan kerangka acuan untuk membuat laporan KP terkait strategi penggunaan optimalisasi iklan *top-ads* terhadap keputusan pembelian konsumen.
- (3) Bagi perusahaan *El’s Coffee* diharapkan agar dapat mengetahui sejauh mana perkembangan perusahaan, kekurangan serta kelebihan dalam bidang media digital khususnya dalam menggunakan aplikasi jual beli *online*.

