

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pembahasan di bab III dapat penulis sampaikan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan pada Kolokial Kopi Surabaya adalah dengan menggunakan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) dengan memperhatikan produk, harga yang terjangkau, tempat yang strategis, dan promosi yang digunakan dalam bentuk *online* seperti *Grab Food*, *Go Food* dan *Shopee Food*.

B. Saran

Saran untuk Kolokial Kopi Surabaya adalah untuk mempromosikan menu yang jarang diminati oleh *customer* dengan menggunakan media Instagram . agar bahan yang ada di *store* segera habis dan membuat varian menu yang baru.