

V. Kesimpulan dan Saran

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian menganalisis karakter persepsi konsumen terhadap strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) 4p yang diterapkan di *E-commerce* Sembako Sayunara dapat di simpulkan sebagai berikut:. Jawaban responden yang menyatakan IYA pada aspek *Product* sebanyak 61%, pada aspek *Price* sebanyak 70%, pada aspek *Place* sebanyak 64% dan pada aspek *Promotion* sebanyak 70%

5.2 Saran

Mengoptimalkan media sosial sebagai strategi jangka panjang dari *start up* digital dengan menyediakan anggota khusus sebagai admin untuk memberikan dokumentasi setiap harinya terkait aktivitas bisnis di *E-commerce* Sembako Sayunara dan Mencantumkan link di akun media sosial *E-commerce* Sembako Sayunara seperti publikasi melalui stasiun televisi maupun situs koran yang pernah meliput perusahaan *E-commerce* Sembako Sayunara. Dengan begitu, maka dapat terwujud segmentasi jangka panjang yang ditujukan kepada generasi millennial untuk beriwusaha..

