

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan informasi yang didapatkan dari hasil penelitian akan membuat beberapa simpulkan sebagai berikut:

1. Bahwa Martabak Thien Thien Lay merupakan usaha martabak asal Semarang yang sudah dijalankan selama dua generasi, dan mempunyai pelanggan tetap.
2. Martabak Thien Thien Lay tidak membuka cabang dimanapun demi menjaga kualitas dari martabak yang dijual, dan mereka mengandalkan kepercayaan dari konsumen agar Martabak Thien Thien tetap beroperasi dari waktu ke waktu.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas, kami menyarankan agar pemilik Martabak Thien Thien Lay menggunakan metode konten online dalam mempromosikan Martabak Thien Thien Lay kepada konsumen, agar Martabak Thien Thien Lay dapat lebih dikenal oleh konsumen baru yang akan berwisata ke Semarang, karena dengan menggunakan metode konten online seperti Instagram, YouTube dan tiktok dalam mempromosikan produknya sangat memengaruhi kelancaran bisnis, apalagi sekarang banyak anak muda memakai tiktok, jadinya peluang menggaet pelanggan bisa jadi lebih besar, hingga seluruh Indonesia, belum lagi juga bisa menggaet wisatawan asing. Juga dengan mengingat bahwa Semarang mempunyai potensi untuk menjadi destinasi wisata kuliner di Indonesia, dengan menggunakan metode online dalam mempromosikan MartabakThien Thien Lay, maka tentunya Martabak Thien Thien Lay dapat menggaet lebih banyak lagi pelanggan.

### 5.3 Rekomendasi Storytelling Lanjutan

Beberapa yang diharap bahwa peneliti selanjutnya dapat meneliti tentang asal mula martabak Thien Thien Lay, bagaimana membuat martabak itu menjadi bersarang dan hal yang membuat Martabak Thien Thien Lay berbeda dengan penjual martabak lainnya di Semarang. Dari *team* Martabak Thien Thien Lay sendiri berharap bahwa peneliti selanjutnya dapat menelusuri lebih dalam tentang metode promosi yang digunakan oleh Martabak Thien Thien Lay dalam mempromosikan martabaknya ke wisatawan dari berbagai daerah maupun negara.

