

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada BAB V ini merupakan akhir dari penelitian yang telah dilakukan oleh Peneliti. Dalam BAB ini Peneliti akan menjabarkan kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian dan juga saran yang peneliti berikan untuk Toko Kopi Lajeng dan untuk peneliti berikutnya:

5.1 Kesimpulan

1. Perhatian (*Attention*) Toko Kopi Lajeng

Di Toko Kopi Lajeng, barista memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman yang hangat dan ramah bagi pelanggan. Dengan menyambut pelanggan seperti tamu di rumah sendiri, barista membangun suasana nyaman dan akrab. Interaksi ini berlangsung setiap kali pelanggan datang, memastikan mereka merasa dihargai dan nyaman. Penerapan konsep *open service* dan suasana yang tenang dan damai juga menambah daya tarik, membuat pelanggan betah dan ingin kembali lagi. *Set-up* bar yang menarik dan minimalis serta konsep *slowbar* yang memungkinkan interaksi lebih dekat dengan barista menciptakan pengalaman unik yang meningkatkan loyalitas pelanggan.

2. Ketertarikan (*Interest*) Toko Kopi Lajeng

Toko Kopi Lajeng menggunakan strategi komunikasi pemasaran yang berfokus pada pengalaman barista dan pendekatan ramah terhadap pelanggan. Barista menjelaskan berbagai jenis biji kopi dengan cara yang sederhana dan mudah dimengerti, membantu pelanggan memilih kopi yang

sesuai dengan selera mereka. Komunikasi yang jujur dan transparan tentang karakteristik rasa biji kopi membangun kepercayaan dan rasa tertarik dari pelanggan. Selain itu, barista memberikan rekomendasi biji kopi baru dan berbagi cerita tentang asal-usul kopi, menciptakan ikatan emosional dan menambah pengetahuan pelanggan. Pendekatan ini menciptakan pengalaman personal dan memuaskan, yang mendorong pelanggan untuk kembali lagi.

3. Keinginan (*Desire*) Toko Kopi Lajeng

Pada proses keinginan (*Desire*) Toko Kopi Lajeng Melalui Barista Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan, barista memulai pemesanan dengan bertanya tentang preferensi kopi dari pelanggan, kemudian membantu memilih biji kopi yang sesuai dengan selera mereka. Pendekatan personal ini memastikan setiap pelanggan mendapatkan minuman yang diinginkan. Selain itu, barista juga rutin memberikan rekomendasi biji kopi baru dan membagikan cerita asal-usul setiap biji kopi, menciptakan ikatan emosional dan pengetahuan lebih bagi pelanggan. Komunikasi yang hangat dan personal dari barista tidak hanya meningkatkan kenyamanan pelanggan tetapi juga membangun hubungan yang kuat, membuat mereka merasa dihargai dan lebih memahami serta menghargai kopi yang dinikmati. Strategi ini membuktikan bahwa pendekatan komunikasi pemasaran yang personal, edukatif, dan memuaskan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan secara signifikan.

4. Tindakan (*Action*) Toko Kopi Lajeng

Pada proses tindakan (*Action*) Toko Kopi Lajeng Melalui Barista Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan melalui interaksi akrab dan informatif, perhatian terhadap detail pesanan, serta penawaran biji kopi yang beragam dan unik, berhasil menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi pelanggan. Barista menyambut pelanggan dengan keramahan dan kehangatan, memberikan pelayanan yang konsisten dan berkualitas, yang membangun komitmen pelanggan untuk kembali berkunjung. Pengalaman positif ini tidak hanya meningkatkan loyalitas pelanggan tetapi juga menarik pengunjung baru melalui pengalaman yang positif, memperkuat brand Toko Kopi Lajeng di pasar *coffeeshop*.

5.2 Saran

Setelah Peneliti melakukan proses penelitian, peneliti dapat memberikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh Barista Toko Kopi Lajeng, Universitas, dan bagi peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Untuk Barista Toko Kopi Lajeng, untuk terus meningkatkan interaksi personal dengan pelanggan melalui pendekatan yang ramah dan informatif, mengenai pengetahuan kopi dan keterampilan komunikasi dapat membantu dalam memberikan pengalaman yang lebih memuaskan bagi pelanggan. Lebih mendalami dan memahami tentang preferensi kopi yang diinginkan pelanggan agar pelanggan tetap puas dengan minuman yang diberikan untuk menjaga daya tarik Toko Kopi Lajeng itu sendiri.

2. Untuk Toko Kopi Lajeng, Sebagai bagian dari upaya untuk terus menarik pelanggan baru dan memperluas jangkauan pemasaran, Toko Kopi Lajeng disarankan untuk memanfaatkan platform media sosial lainnya, seperti TikTok. TikTok telah menjadi salah satu platform media sosial paling populer, terutama di kalangan generasi muda, yang merupakan segmen pasar potensial bagi coffee shop.
3. Untuk Universitas, peneliti mengharapkan penelitian ini berguna bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian di bidang yang serupa dan bisa dijadikan sebagai penelitian terdahulu, dan melakukan penelitian yang lebih dalam tentang seputar dunia kopi.
4. Untuk Peneliti selanjutnya, peneliti harap perhatikan lagi penelitian terdahulu yang diambil termasuk penelitian ini terutama dalam hal kajian yang mungkin masih kurang mendalam dan validitas yang perlu diperkuat. Penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebaik-baiknya dan tidak disalahgunakan sebagai penelitian yang sama persis bagi penelitian berikutnya.