

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan Hasil Penelitian yang telah peneliti jabarkan mengenai **Strategi Komunikasi Pemasaran *Coffee Shop Bitts Coffee* Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Pandeglang**, maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

- 1) Tujuan pemasaran yang dilakukan oleh *Bitts Coffee* dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di kota Pandeglang bukan hanya bertujuan untuk menjual produk-produknya namun adanya keinginan untuk menciptakan budaya kopi sehat di Pandeglang dan harapan untuk menjadikan *Bitts Coffee* sebagai tempat berkumpul/*nongkrong* juga wadah bagi anak muda kreatif pandeglang, lalu menciptakan *hype* atau sebuah kegiatan pemasaran yang dilakukan agar sebuah produk dianggap menjadi sangat menarik dan besar dan *pride* agar produknya eksklusif yang meningkatkan daya tarik para konsumen.
- 2) Sasaran pemasaran yang dilakukan oleh *Bitts Coffee* dalam mentargetkan sasaran pemasaran dikelompokkan menjadi 3 segmentase, ada segmentase Geografis yaitu terdapat penentuan wilayah Pandeglang dan sekitarnya. Segmentase Demografis yaitu terdapat target usia dan tingkat pendidikan, usia anak SMA (Sekolah Menengah Atas) hingga lanjut usia yang berarti sekitaran umur 16-40

tahun. Segmentasi Psikografis yaitu terdapat gaya hidup masyarakat di Pandeglang yang aktif menggunakan sosial media, yang gemar minum kopi dan yang suka berkumpul/*nongkrong*.

- 3) Pesan pemasaran yang dilakukan oleh *Bitts Coffee* dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di kota Pandeglang yaitu isi pesannya adalah mengenalkan produk ramah lingkungan dengan sebutan *Eco Friendly* dan mengenalkan *system Self Service* yaitu sistem yang memudahkan konsumen saat proses pemesanan agar produk yang dipesan sesuai dengan kriteria yang diinginkan dan sistem ini adalah sistem yang mengatur proses pengantaran pemesanan yaitu dimana konsumen diharuskan mengambil sendiri produk pesannya ketika pesanan sudah siap.
- 4) Media pemasaran yang digunakan oleh *Bitts Coffee* dalam melakukan kegiatan pemasaran termasuk kedalam media elektronik & internet, dimana media yang digunakan adalah media sosial *Instagram* dan *Whats-app*, media yang digunakan *Bitts Coffee* untuk proses pemesanan jarak jauh ialah *E-Commerce Gojek* dan *Projek*.
- 5) Pengembangan *promotional Mix* yang digunakan oleh *Bitts Coffee* dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di kota Pandeglang terdapat 4 bauran promosi *Bitts Coffee* yaitu Periklanan yang dimana periklanan *Bitts Coffee* dilakukan dengan *trik* memanfaatkan testimoni konsumen di *Instagram*, *Personal selling* yang dilakukan adalah merekomendasikan produk kopi yang magrinnya tertinggi pada saat

konsumen melakukan pemesanan kepada kasir, Promosi penjualan yang dilakukan adalah dengan membuat *event* yang mengundang komunitas-komunitas tertentu dan juga membuat promosi belanja seperti promo ulang tahun dan gratis ongkos kirim. hubungan masyarakat dilakukan kepada masyarakat sekitar dan konsumen, dimana cara membuat hubungan baik dengan warga sekitar ialah dengan cara menyumbangkan dana untuk dialokasikan bagi kegiatan warga, dan untuk konsumennya dilakukan dengan cara menyapa pada saat datang, perlakuan seperti teman oleh pelayan dan ucapan terimakasih pada saat konsumen pulang.

- 6) Evaluasi yang dilakukan oleh *Bitts Coffee* dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di kota Pandeglang. Evaluasi terkait pemasaran dilakukan secara berkala yaitu dari mulai evaluasi harian, mingguan, bulanan, hingga tahunan dan Evaluasi ini dilakukan dengan memberikan tanggung jawab kepada setiap pegawainya untuk mengkritisi apa saja kekurangan *Bitts Coffee* yang bisa dijadikan bahan evaluasi untuk dicari solusinya lalu diproses dalam pengendalian rencana agar menjadikan *Bitts Coffee* lebih baik lagi nantinya tanpa keluar dari prinsip/*Big idea Bitts Coffee*.

Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh *Bitts Coffee* dalam meningkatkan minat beli konsumen di kota Pandeglang adalah telah menetapkan tujuan, sasaran pemasaran, pesan pemasaran, media pemasaran, pengembangan *promotional mix* dan evaluasi pengendalian rencana

sehingga membantu berjalannya kegiatan yang sudah direncanakan. Adapun kualitas pelayanan yang diberikan oleh *Bitts Coffee* dalam bisnisnya menjadikan sebuah kekuatan khusus dalam menghadapi pasar dan kompetitornya, dimana pelayanan itu membentuk sebuah loyalitas para konsumennya hingga sampai saat ini *Bitts Coffee* masih bertahan dan memiliki minat beli konsumen yang tinggi.

5.2.Saran

Setelah melakukan penelitian, peneliti mampu menyampaikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh *Bitts Coffee* dengan berikut :

5.2.1.Saran Untuk *Bitts Coffee*

Dari uraian yang telah dijelaskan dan data yang didapat oleh peneliti selama melakukan penelitian di *Bitts Coffee* maka dengan segala hormat dan kerendahan hati penulis memberikan saran sebagai berikut:

- 1) Pesan atau informasi mengenai *Bitts Coffee* di media sosial sebaiknya disebarkannya agar lebih selaras/berkaitan antara gambar dengan *captionnya* atau keterangan teksnya.
- 2) Manfaatkan *Feeds Instagram* sebagai wadah dalam memberikan seluruh informasi mengenai produk, promo dan event *Bitts Coffee* dan dibuat semenarik mungkin.
- 3) Dalam mempromosikan Produk *Bitts Coffee*, bisa memanfaatkan *Instagram Ads* agar lebih meningkatkan cangkupan wilayah pelanggannya.

- 4) Para konsumen *Bitts Coffee* mengharapkan agar *Bitts Coffee* lebih memperhatikan tempat dan lahan parkirannya saat keadaan sedang ramai konsumen.
- 5) Hal-hal tersebut diharapkan dapat membantu dalam upaya meningkatkan minat konsumen yang dimana jika sebuah informasi/pesan dibuat semenarik mungkin akan mendapat sebuah *Attention* Sehingga konsumen mulai membaca tulisan tersebut lalu menimbulkan sebuah *Interest*/ketertertarikan dari produk yang dijual sehingga setelahnya akan membentuk sebuah *Desire*/dorongan keinginan untuk membeli produk dan sampai pada menimbulkan sebuah *Action* dimana konsumen mulai melakukan pembelian terhadap produk.

5.2.1.Saran Untuk Peneliti Selanjutnya

- 1) Peneliti hendaknya menyiapkan diri untuk melakukan penelitian karena pada dasarnya terdapat perbedaan yang sangat signifikan antara tugas penelitian dan tugas tugas menulis biasa.
- 2) Peneliti hendaknya disiplin dan menaati segala arahan dari para informan, juga hendaknya lebih aktif dan bersemangat selama melaksanakan penelitian sehingga menambah motivasi dalam diri dalam melakukan penelitian.
- 3) Peneliti harus bertanggung jawab, karena membawa nama baik kampus saat melakukan penelitian di lapangan.