

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada Bab V telah ditelaah sub fokus yang menjelaskan mengenai Bauran Komunikasi Pemasaran *Commonplace* Cimahi Melalui Mengaji Al-Qur'an dalam Menarik Minat Berkunjung Konsumennya. Maka dapat ditarik suatu kesimpulan sebagai berikut:

1. *Commonplace* mengkolaborasikan keempat **program komunikasi pemasaran**. Baik itu dari segi iklan (*paid promote* dan *endorse*), penjualan pribadi (*on the spot*), promosi (diskon) hingga publikasi dan humas.
2. **Tujuan penyebaran informasi** *Commonplace* Cimahi Melalui Mengaji Al-Qur'an dalam Menarik Minat Berkunjung Konsumennya antara lain; (1) meningkatkan *branding* sehingga tercipta pemikiran positif pada konsumennya, (2) meningkatkan jumlah pengunjung.
3. **Bauran Komunikasi Pemasaran** *Commonplace* Cimahi Melalui Mengaji Al-Qur'an dalam Menarik Minat Berkunjung Konsumennya sejauh ini berjalan belum maksimal. Alasannya karena *Commonplace* sedang mengembangkan tempat dan juga produk. *Owner* pun mengakui bahwa program ini bukanlah fokus utama. Saat ini pihak *Commonplace* lebih mengutamakan manajemen dan keuangan kafe agar berjalan lancar.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil Penelitian di atas, dapat dirumuskan saran-saran sebagai berikut:

5.2.1 Saran Peneliti bagi *Commonplace*

Dalam prakteknya, *Commonplace* memiliki kemampuan dalam menerapkan program komunikasi pemasaran. Maka dari itu, beberapa saran dan masukan dari konsumen mungkin dapat dipertimbangkan kembali agar *Commonplace* lebih aktif dalam menginformasikan mengaji Al-Qur'an dapat kopi. Karena konsumen pun merasa ini adalah ide yang baik dan bagus. *Commonplace* juga bisa mengatur strategi lain dalam mengkomunikasikan mengaji dapat kopi tersebut. Misal dengan komunikasi non-verbal seperti figura, *banner*, dan sebagainya.

Selain itu, *Commonplace* juga bisa mengkombinasikan program ini dengan ajakan positif tentang mengaji. Tentunya agar konsumen yang datang pun karena betul-betul tergerak untuk mengaji bukan hanya gratis kopi saja.

5.2.2 Saran Peneliti untuk Peneliti Selanjutnya

1. Meneliti bauran komunikasi pemasaran adalah masalah yang menarik. Peneliti selanjutnya pun dapat melihat pada sisi dan masalah yang berbeda, karena seiring berkembangnya zaman pun sistem pemasaran perusahaan semakin beragam.
2. Peneliti selanjutnya yang mengambil studi kualitatif dapat memperkaya kajian literatur dan penguasaan masalah di lapangan agar dapat dipersiapkan dari jauh-jauh hari.

3. Dalam melaksanakan skripsi, nilai-nilai humanis sangat diperlukan dengan berbagai pihak. Baik di internal kampus ataupun eksternal kampus.