

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis penelitian yang sudah peneliti uraikan mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Temangopi dalam menarik minat pelanggan, maka peneliti menyimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan Kedai Temangopi dalam menarik minat pelanggan dengan elemen-elemen strategi pemasaran meliputi empat P (bauran pemasaran), yaitu Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), Promosi (*Promotion*). Maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Kedai Temangopi Kota Kediri dalam menarik minat pelanggan dengan menerapkan elemen bauran pemasaran, sebagai berikut :
 - a. Produk (*Product*), Kedai Temangopi memilih menawarkan produk berupa makanan dan minuman dalam bentuk beberapa varian menu yaitu *Coffe Based*, *Non Coffe*, dan *Snack* yang cita rasanya sesuai dengan selera konsumen.
 - b. Harga (*Price*), menyangkut penetapan harga jual Kedai Temangopi menyesuaikan dengan kualitas barang dan dapat dijangkau oleh konsumen.
 - c. Tempat (*Place*), Kedai Temangopi menyediakan tempat yang nyaman dan strategis bagi konsumen.

- d. Promosi (*Promotion*), kegiatan promosi yang dilakukan Kedai Temangopi dalam mempromosikan produknya melalui media sosial *Instagram* dengan nama akun @temangopi.id.
2. Hambatan Kedai Temangopi Kota Kediri dalam menarik minat pelanggan diantaranya pemilihan dan penetapan promo atau diskon yang tepat untuk pelanggan, serta adanya wabah virus *covid 19* yang tidak dapat diprediksi atau pun diantisipasi oleh pihak Kedai Temangopi, sehingga berimbas kepada penurunan omset penjualan. Strategi promosi atau publikasi yang hanya fokus pada media sosial terdapat kelebihan yang harus ditingkatkan dan kekurangannya yang harus bisa diminimalisir. Kompetitor yang semakin banyak menjadi tantangan tersendiri bagi Kedai Temangopi.
3. Upaya Kedai Temangopi Kota Kediri dalam menarik minat pelanggan memastikan semua informasi yang disalurkan dapat sampai dengan jelas dan sesuai kepada pelanggan ataupun calon pelanggan Kedai Temangopi. Menggunakan media sosial *instagram* sebagai media promosi. Promosi penjualan yang lain seperti mengadakan *challenge* Tiktok dengan kategori terluca dan dibuat di Kedai Temangopi. Dengan memberikan diskon setiap bulan pada jam-jam tertentu, dan memberitahukan *event*, atau promosi Kedai Temangopi Melalui *Instagram* @temangopi.id hal ini juga dapat menarik minat pelanggan yang datang.

Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran Kedai temangopi, cukup efektif. Hal itu dapat

dilihat dari peningkatan jumlah pelanggan Kedai Temangopi yang mengalami peningkatan.

B. Saran

Selama melakukan penelitian di Kedai Temangopi, peneliti mencoba memberikan saran mengenai pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Kedai Temangopi dalam menarik minat pelanggan, diantaranya sebagai berikut:

1. Saran Praktis

- a. Sebaiknya sarana atau media yang digunakan dalam publikasi lebih luas dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat, maka akan menjadikan strategi pemasaran yang dilakukan Kedai Temangopi semakin baik.
- b. Seharusnya dalam kegiatan penyajian menu kopi, alat pembuat *Espresso* yang digunakan untuk membuat menu *Coffe Based* perlu ditingkatkan agar pelayanan terhadap konsumen bisa lebih baik.
- c. Sebaiknya lebih mengoptimalkan variasi menu yang ada di Kedai Temangopi lebih inovatif.
- d. Seharusnya dalam strategi yang diambil lebih memperhatikan tentang *positioning* produk agar produk yang ditawarkan dapat selalu diingat oleh konsumen dan memiliki ciri khas tersendiri dari produk yang dihasilkan oleh Kedai Temangopi.

2. Saran Akademis

Berikut adalah beberapa saran akademis yang berguna bagi penelitian selanjutnya:

- a. Penelitian yang akan datang dalam pengambilan data primer melalui wawancara, sebaiknya perbanyak responden agar data temuan yang diperoleh menjadi komprehensif.
- b. Penelitian yang akan datang dapat mengembangkan fokus penelitian terkait strategi komunikasi pemasaran Kedai Temangopi Kota Kediri seperti faktor-faktor yang mempengaruhi baik internal maupun eksternal.
- c. Penelitian yang akan datang dapat melakukan penelitian lebih dalam terkait kegiatan strategi komunikasi yang dilakukan Kedai Temangopi dalam menarik minat pelanggan.