

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap peran divisi *baker* dalam menjaga citra merek untuk meningkatkan minat beli di dough lab plaza senayan fokusnya adalah mengetahui bagaimana divisi *baker* dapat menjaga citra merek, kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan minat beli konsumen, serta strategi yang digunakan untuk menarik minat beli konsumen. Penelitian ini melibatkan observasi terhadap outlet dough lab plaza senayan dengan alat bantu analisis SWOT dan Matriks IFE EFE, serta melakukan wawancara dengan 5 narasumber, adapun kesimpulan dari penelitian ini ialah:

- 1) Dalam konteks Upaya Divisi *Baker* dalam Menjaga Citra Merek Dough Lab Artisanal *Cookies* di Plaza Senayan melalui observasi langsung dan wawancara yang digunakan sebagai landasan penelitian. Melalui analisis situasi dan tujuan yang terfokus peran Divisi *Baker* di Dough Lab secara ketat menerapkan SOP (Standar Operasional Prosedur) yang mencakup proses pemanggangan hingga penyajian. Hal ini memastikan bahwa produk yang dihasilkan konsisten dalam kualitas, yang merupakan kunci dalam menjaga citra merek yang kuat. Divisi *Baker* juga bertanggung jawab untuk menjaga kualitas produk melalui pemanggangan yang teliti dan layanan pelanggan yang prima. Pelayanan yang baik tidak hanya meningkatkan pengalaman pelanggan tetapi juga memperkuat citra positif merek di mata konsumen.
- 2) Dalam Upaya Meningkatkan Minat Beli Konsumen Peran Divisi *Baker* dalam kegiatan *upselling* sangat baik dengan cara yang menarik dan tidak memaksa, yang berkontribusi pada peningkatan penjualan serta membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan. *Baker* juga berperan sebagai konsultan produk dengan memberikan informasi yang lengkap tentang produk kepada pelanggan, membantu mereka membuat pilihan yang tepat, dan menghindari masalah seperti alergi makanan.

3) Dalam konteks Strategi Divisi *Baker* dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Strategi pemasaran inovatif dan pelatihan rutin untuk karyawan juga menjadi faktor penting dalam menarik minat beli konsumen dan mempertahankan loyalitas mereka. Divisi *baker* di Dough Lab berperan aktif dalam pengembangan produk baru dan strategi pemasaran, seperti memberikan tester *Cookies* dan membuat display produk yang menarik. Langkah-langkah ini tidak hanya meningkatkan daya tarik produk tetapi juga membantu Dough Lab tetap relevan dan kompetitif di pasar. Dough Lab juga aktif menerima masukan konsumen dalam pengembangan produk. Adapun Cara yang dilakukan wawancara dengan konsumen menunjukkan bahwa keterlibatan mereka dalam memberikan masukan dan umpan balik sangat dihargai. Konsumen merasa bahwa Dough Lab selalu terbuka terhadap saran dan masukan, yang menunjukkan komitmen merek terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi konsumen, meningkatkan citra merek, dan mendorong minat beli yang lebih tinggi.

A. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap Peran Divisi *Baker* Dalam Menjaga Citra Merek Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Dough Lab Plaza Senayan, diperlukan beberapa saran untuk meningkatkan Peran Divisi *Baker* Dalam Menjaga Citra Merek Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Dough Lab Plaza Senayan.

- 1) Untuk menjaga kualitas produk dan pelayanan, Divisi *Baker* di Dough Lab sebaiknya terus melakukan evaluasi dan peningkatan terhadap SOP yang ada. Pelatihan rutin bagi karyawan perlu ditingkatkan untuk memastikan semua staf memiliki keterampilan dan pengetahuan yang sesuai dengan standar perusahaan. Dengan demikian, kualitas produk dan pelayanan dapat terus dipertahankan dan ditingkatkan, sehingga citra merek tetap positif di mata konsumen.

- 2) Divisi *Baker* harus terus mengembangkan strategi *upselling* yang efektif dan tidak memaksa. Pelatihan untuk karyawan mengenai teknik *upselling* yang ramah dan informatif dapat membantu meningkatkan penjualan tanpa mengurangi kenyamanan pelanggan. Selain itu, memberikan pelatihan tentang alergi makanan dan informasi produk secara mendetail akan membantu karyawan menjadi konsultan produk yang lebih baik, sehingga pelanggan merasa lebih yakin dan puas dengan pilihan mereka.
- 3) Divisi *Baker* perlu terus mengembangkan produk baru dan strategi pemasaran yang inovatif untuk menarik minat beli konsumen. Mengadakan acara tester *Cookies* secara berkala dan membuat display produk yang menarik dapat meningkatkan daya tarik produk. Selain itu, menerima dan mengapresiasi masukan dari konsumen melalui wawancara atau survei secara rutin akan menunjukkan komitmen Dough Lab terhadap kepuasan pelanggan. Keterlibatan aktif konsumen dalam pengembangan produk dapat menciptakan pengalaman positif yang memperkuat loyalitas dan meningkatkan minat beli.
- 4) Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melihat lebih dalam aspek peran divisi *baker*, serta mengkaji lebih lanjut dampak yang lebih efektif.

