

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Ketika penulis mencoba mengumpulkan dan menganalisis semua data yang diperoleh dari hasil penelitian terkait dengan strategi komunikasi pemasaran warung kopi Se'frekuensi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Warung Kopi Se'frekuensi menerapkan strategi komunikasi pemasaran dalam membangun dan mengembangkan usaha warkopnya. Mengenai strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Warung Kopi Se'frekuensi, Warung Kopi Se'frekuensi menggunakan komunikasi pemasaran terpadu seperti strategi periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung.
- 2) Keberhasilan Warung Kopi Se'frekuensi dalam mengatasi kendala terkait pandemi Covid-19 dengan memunculkan ide-ide kreatif untuk memasarkan produknya dengan tema "teman satu frekuensi".

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti bahas, penulis menawarkan beberapa rekomendasi untuk Warung Kopi Se'frekuensi:

1. Hal ini diharapkan akan semakin meningkatkan kegiatan komunikasi pemasaran dan juga memunculkan pilihan menu baru yang selanjutnya dapat menarik pelanggan untuk datang ke Warung Kopi Se'frekuensi tersebut. Selain itu juga harus sering mempromosikan produk sendiri di jejaring media sosial atau dalam bentuk apapun, agar semakin banyak pelanggan yang mengetahui apa saja yang tersedia dan informasi terbaru tentang Warung Kopi Se'frekuensi itu sendiri, agar nantinya konsumen penasaran dan tertarik untuk mengunjungi Warung Kopi Se'frekuensi.

2. Selain produk dari Warung Kopi Se'frekuensi juga harus memperhatikan outletnya, baik kebersihan, ketertiban, bahkan fasilitas warung Kopi Se'frekuensi yang sudah ada itu sendiri, agar nantinya dapat ditawarkan kepada pelanggan. dengan nyaman.
3. Bagi penulis selanjutnya, khususnya peneliti komunikasi, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi penelitian khususnya mengenai strategi komunikasi pemasaran dan tentunya sudut pandang dan cara berpikir yang berbeda.

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan dalam membangun sebuah perusahaan. Untuk membangun sebuah bisnis diperlukan penerapan strategi komunikasi pemasaran yang baik agar bisnis tersebut dapat bersaing dengan para pesaingnya. Masyarakat dituntut untuk berpikir lebih kreatif, tidak hanya untuk mencari keuntungan, tetapi juga untuk memperkenalkan bisnisnya kepada masyarakat luas. Menentukan strategi komunikasi pemasaran yang akan digunakan adalah hal terpenting yang harus dipikirkan orang sebelum memulai bisnis.

