

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian Komunikasi Pemasaran Starbucks Coffee Menara FIF Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan menunjukkan bahwa Starbucks Coffee telah berhasil menggunakan bauran pemasaran secara efektif untuk mempertahankan loyalitas pelanggan mereka. Dalam bauran pemasaran, ada tujuh elemen utama menurut Kotler yang disebut Starbucks Coffee telah mengintegrasikan ketujuh jenis komunikasi pemasaran "7P," yaitu Produk (Product), Harga (Price), Tempat (Place), Promosi (Promotion), People (orang), Process (proses), Physical Evidence (Barang Bukti) ini dengan baik dalam komunikasi pemasaran mereka untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang positif dan membangun ikatan emosional yang kuat dengan pelanggan.

Melalui produk Starbucks Coffee memastikan kualitas dan konsistensi produk yang tinggi. Berbagai pilihan minuman dan makanan yang berkualitas, serta kemampuan untuk menyesuaikan pesanan, membuat pelanggan merasa puas dengan pilihan yang mereka dapatkan.

Secara harga meskipun Starbucks Coffee menawarkan produk berkualitas tinggi, mereka juga menyediakan berbagai opsi harga yang dapat diakses oleh beragam pelanggan. Program loyalitas seperti Starbucks Rewards memberikan insentif tambahan bagi pelanggan untuk melakukan pembelian ulang.

Dilihat dari tempat dan lokasi Starbucks Coffee memilih lokasi yang strategis untuk gerai mereka, memastikan mudah diakses oleh pelanggan potensial. Mereka juga menciptakan suasana yang menyenangkan di kedai kopi mereka, sehingga pelanggan merasa nyaman dan betah berlama-lama.

Melalui promosi yang dilakukan Starbucks Coffee menggunakan berbagai metode promosi untuk meningkatkan kesadaran merek, mengundang pelanggan, dan mempertahankan loyalitas. Kampanye promosi yang menarik, promosi penjualan, dan program loyalitas berkontribusi pada menciptakan ikatan emosional dengan pelanggan.

Teori bauran pemasaran dengan elemen people (orang) Starbucks Coffee Menara FIF memberikan perhatian besar pada pengembangan hospitality baristanya. Barista yang ramah, berpengetahuan, dan berkompoten berkontribusi pada pengalaman positif pelanggan di toko-toko mereka. Interaksi antara barista dan pelanggan menjadi faktor penting dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Proses pelayanan yang efisien dan konsisten di Starbucks Coffee Menara FIF membantu mempertahankan tingkat kepuasan pelanggan. Penggunaan teknologi dalam sistem pembayaran, pemesanan dan delivery juga mempercepat proses layanan, meningkatkan kenyamanan bagi pelanggan.

Atmosfer yang nyaman dan estetika toko-toko Starbucks Coffee Menara FIF menciptakan lingkungan yang menarik bagi pelanggan. Desain interior yang unik, dekorasi yang menarik, dan fasilitas toko-toko Starbucks memberikan bukti fisik yang mendukung identitas merek mereka.

Dalam menghadapi persaingan yang ketat di industri kopi, Starbucks Coffee secara efektif menggunakan bauran pemasaran untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Dengan fokus pada kualitas produk, pengalaman pelanggan, dan strategi

pemasaran yang terintegrasi, Starbucks berhasil mempertahankan loyalitas pelanggan mereka. Hal ini menghasilkan pelanggan yang kembali melakukan repurchase atau pembelian ulang, merekomendasikan produk Starbucks kepada orang lain, dan tidak berkeinginan mencoba produk lain.

Secara keseluruhan, komunikasi pemasaran Starbucks Coffee yang mengandalkan teori bauran pemasaran telah terbukti diterapkan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dan membangun hubungan yang baik dengan mereka. Komunikasi pemasaran yang efektif ini menjadi salah satu kunci kesuksesan Starbucks Coffee sebagai salah satu merek kopi terkemuka di Jakarta.

5.2

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan maka peneliti dapat memperoleh beberapa saran yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, perusahaan harus terus berinovasi agar dapat mempertahankan daya saing mereka. Inovasi dalam komunikasi pemasaran dapat membantu perusahaan untuk tetap relevan dan menarik bagi konsumen di tengah persaingan yang ketat.

Inovasi dapat membantu perusahaan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Dengan mengadopsi pendekatan komunikasi yang inovatif, perusahaan dapat menarik perhatian target pasar yang berbeda bukan hanya di gedung Menara FIF namun bisa mencakup target pasar yang lebih luas.

Dalam hal fasilitas, perusahaan diharapkan mampu memperhatikan kembali layanan fasilitas yang diberikan. Kurangnya aliran listrik khususnya di area outdoor

membuat customer merasa kurang diperhatikan kemauannya. Minimnya aliran listrik untuk barang elektronik membuat *customer* merasa kurang terpenuhi kebutuhan yang diberikan oleh Starbucks Coffee Menara FIF.

Melalui pengalaman pelanggan Starbucks Menara FIF harus terus menciptakan suasana yang menyenangkan dan ramah pelanggan di kedai Starbucks. Suasana yang nyaman dan menarik akan membuat pelanggan ingin kembali untuk menikmati momen yang menyenangkan dengan teman atau keluarga.

Dengan mengikuti saran-saran ini, Starbucks Coffee Menara FIF diharapkan dapat memperkuat loyalitas pelanggan dan menciptakan pengalaman yang lebih positif dan berkesan bagi para pelanggan. Pengelolaan komunikasi pemasaran yang efektif dan perhatian pada kepuasan pelanggan akan membantu mencapai tujuan mempertahankan pelanggan setia dan memperkuat posisi Starbucks Coffee Menara FIF di pasaran.

