

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian dengan judul Perencanaan Komunikasi Pemasaran Kawa Coffe dalam Meningkatkan Brand Awareness. Kawa Coffe telah menerapkan menerapkan perencanaan komunikasi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan brand awareness melalui bauran pemasaran 9P. Dengan menawarkan beragam minuman berkualitas dan makanan, menciptakan suasana nyaman, menetapkan harga terjangkau, dan membentuk tim staf yang terlatih serta responsif. Hal ini tidak hanya menarik pelanggan baru, tetapi juga membangun loyalitas dan hubungan yang kuat dengan pelanggan yang sudah ada, sehingga menciptakan citra merek yang kuat dan mendukung kesuksesan jangka panjang di industri kopi.

Dalam penerapan sembilan bauran pemasaran yang paling menonjol dari penerapan teori ini dalam perencanaan komunikasi Kawa Coffee dalam meningkatkan brand awareness, yaitu:

1. Bauran Pemasaran *Product*: Kawa Coffe berhasil menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi pengunjung, dengan produk yang berkualitas dan berbagai variasi minuman coffee, non coffee serta makanan.
2. Bauran Pemasaran *Price*: Kawa Coffee berhasil dalam menarik pelanggan dengan menawarkan menu-menu yang lebih terjangkau dengan pesaing coffee shop lainnya, karena hal ini konsumen merasa mendapatkan pandangan yang baik untuk uang yang mereka keluarkan.
3. Bauran Pemasaran *Place*: Kawa Coffee berhasil menarik perhatian pelanggan dengan tempatnya, meskipun tempatnya terletak tersembunyi dari hiruk pikuk kota yang berada di tengah-tengah lingkungan warga. Dengan desain yang nyaman dan suasana yang mendukung dan pilihan ruangan yang tersedia banyak dengan tempat parkir yang luas. Hal ini menonjolkan dalam menciptakan pengalaman positif bagi pengunjung dengan tempat mereka.

4. Bauran Pemasaran *People*: Kawa Coffe berhasil menarik perhatian pelanggan melalui People yang ada di coffe shopnya, pelanggan merasa nyaman dengan orang-orang yang berada di Kawa Coffe karena people di Kawa Coffe memberikan pelayanan yang ramah dan responsif kepada konsumen.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Bagi peneliti selanjutnya yang berminat pada perencanaan komunikasi pemasaran dan peningkatan brand awareness, disarankan agar mereka melanjutkan penelitian dengan membuat perspektif, teori, pendekatan, dan studi kasus yang berbeda. Dengan cara ini, mereka dapat menggali lebih dalam berbagai faktor yang mempengaruhi efektivitas komunikasi dalam pemasaran, serta memahami bagaimana strategi yang berbeda dapat diterapkan untuk mencapai tujuan brand awareness yang lebih tinggi. Penelitian yang beragam juga memberikan wawasan praktis yang dapat diterapkan oleh perusahaan dalam merancang komunikasi yang lebih inovatif dan responsif terhadap kebutuhan pasar.

5.2.2 Saran Praktis

Kawa Coffee disarankan untuk mengembangkan strategi promosi yang lebih kreatif dan menarik di media sosial. Menggunakan format konten yang bervariasi, seperti video, kuis, atau konten interaktif, dapat membantu menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan engagement.

Mengingat semakin tingginya kesadaran akan isu lingkungan, Kawa Coffee disarankan untuk beralih ke kemasan yang lebih ramah lingkungan. Ini tidak hanya akan menarik pelanggan yang peduli lingkungan, tetapi juga dapat meningkatkan citra merek Kawa Coffee sebagai bisnis yang bertanggung jawab.

Kawa Coffee dapat meningkatkan brand awareness dengan berpartisipasi dalam acara lokal, seperti festival kopi atau bazaar. Ini akan memberikan kesempatan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan memperkenalkan produk mereka secara langsung kepada pelanggan potensial.