

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Strategi Bauran Pemasaran di Loods Coffee dan Budaya Kopi, dapat disimpulkan bahwa:

- a. Loodst Coffee dan Cafe Budaya Kopi dalam memasarkan produknya menerapkan strategi bauran pemasaran 7P agar dapat bersaing di pasar dengan produk lain yang sejenis. Variabel bauran pemasaran produk, harga, tempat, promosi, proses, orang dan bukti fisik mendapatkan penilaian responden pada kategori baik. Kualitas, rasa dan variasi produk kopi serta merk yang unggul di Loodst Coffee dan Budaya Kopi sudah baik dan sesuai dengan selera pelanggan maupun konsumen. Harga yang ditawarkan oleh Loodst Coffee dan Budaya Kopi masih dapat dijangkau oleh pelanggan. Lokasi dari Loodst Coffee dan Budaya Kopi dapat dikatakan strategis dan mudah dijangkau konsumen. Promosi yang dilakukan secara online sudah berjalan dengan baik karena memanfaatkan e-Commerce yang ada. Karyawan Loodst Coffee dan Budaya Kopi memiliki kemampuan yang baik dalam memberikan respon kepada pelanggan sehingga menghasilkan sebuah produk dengan kualitas dan cita rasa yang baik. Karyawan Loodst Coffee dan Budaya Kopi sudah baik dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Loodst Coffee dan Budaya Kopi mampu menyediakan fasilitas yang dapat memberikan rasa nyaman dan senang kepada pelanggan maupun konsumen.

- b. Variabel bauran pemasaran 7P secara parsial variabel produk, harga, tempat, promosi, proses, orang dan bukti fisik berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Loodst Coffee dan Budaya Kopi. Sehingga dalam hal ini H1, H2, H3, H4, H5, H6 dan H7 diterima.

5.2 Saran

Berikut ini beberapa saran yang dapat menjadi pertimbangan bagi Loodst Coffee dan Budaya Kopi, diantaranya:

- a. Loodst Coffee dan Budaya Kopi harus sering memperkenalkan berbagai variasi merk, rasad dan variasi kemasan kopi yang diproduksinya.
- b. Loodst Coffee dan Budaya Kopi harus lebih sering memberikan potongan harga untuk pembelian jumlah tertentu agar dapat menjadi pertimbangan bagi pelanggan dalam menentukan kuantitas pembelian produk.
- c. Loodst Coffee dan Budaya Kopi harus memperluas area distribusi kopi. Hal ini bertujuan agar brand kopi Loodst Coffee dan Budaya Kopi lebih dikenal banyak konsumen sekaligus meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas.
- d. Loodst Coffee dan Budaya Kopi harus aktif melakukan penjualan secara online melalui platform e-commerce bukalapak, lazada, shopee maupun penjualan melalui sosial media.
- e. Loodst Coffee dan Budaya Kopi harus tetap mengutamakan pelayanan yang cepat dan tepat waktu, meminta pelanggan untuk memberikan kritik dan saran terkait produk kopi maupun pelayanannya, sehingga dapat menjadi perbaikan untuk strategi selanjutnya.

- f. Loodst Coffee dan Budaya Kopi tetap mengutamakan pemberian kualitas pelayanan yang ramah dan handal, menerima masukan dari pelanggan, menghubungi kembali pelanggan yang memutuskan untuk berhenti berlangganan agar diketahui penyebabnya, sehingga dapat dilakukan evaluasi untuk dijadikan perbaikan pada strategi selanjutnya.
- g. Loodst Coffee dan Budaya Kopi harus tetap mempertahankan mendekorasi cafe yang sesuai dengan perkembangan zaman.