

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis yang dilakukan peneliti, kesimpulan yang diambil adalah sebagai berikut:

1. Strategi Promosi merupakan peran penting dalam sebuah strategi pemasaran. Intentions Coffee melakukan promosi agar produknya dapat dikenal dalam jangkauan yang luas oleh konsumen. Beberapa bentuk-bentuk promosi yang dilakukan oleh Intentions Coffee yakni promosi dengan memanfaatkan internet, mengikuti pameran dan bazar serta *Car Free Day*, selain itu memberikan potongan harga pada perayaan *anniversary* kedai. Strategi harga di Intentions Coffee yakni dengan selalu berusaha menetapkan harga yang dapat dijangkau oleh setiap konsumen, namun tetap mempertahankan kualitas produk dan memperhitungkan keuntungan yang akan didapat.
2. Intentions Coffee memiliki kekuatan (*Strength*) internal sebesar 1,86, kelemahan (*Weakness*) 0,96, peluang (*Opportunity*) 1,08, dan ancaman (*Threat*) 1,17. Maka dalam diagram analisis SWOT Intentions Coffee berada pada posisi kuadran 2 (dua) yang mendukung strategi diversifikasi dengan mengoptimalkan kekuatan untuk mengatasi ancaman yang dimiliki.

5.2 Saran

1. Strategi pemasaran yang dapat diterapkan pada Intentions Coffee untuk kedepannya agar dapat terus berkembang serta meningkatkan volume penjualan secara stabil dengan menggunakan strategi diversifikasi, yaitu:
 - a. Tetap menjaga kualitas produk dan menjaga hubungan baik dengan konsumen.
 - b. Mempertahankan harga dengan menjaga kualitas produk untuk mempertahankan kelayakitan konsumen.
 - c. Menambah pilihan menu produk serta inovasi-inovasi produk yang menarik.
 - d. Mengadakan promo menarik seperti promo kopi pagi atau paket *bundling* lainnya.
2. Agar konsumen merasa nyaman dan juga loyal terhadap Intentions Coffee, maka Intentions Coffee harus mempertahankan pelayanan serta kinerja karyawan yang baik terhadap konsumen.
3. Hendaknya memperbanyak relasi dan memperluas *supplier* bahan baku agar dapat melakukan perbandingan harga termurah