

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh oleh peneliti melalui wawancara langsung, observasi dan dokumentasi, peneliti menyimpulkan bagaimana implementasi strategi promosi yang terdiri dari, periklanan, promosi penjualan, humas, penjualan personal dan pemasaran langsung. Berikut merupakan kesimpulan yang telah diperoleh peneliti.

1. Periklanan yang dilakukan Sunda Hejo yaitu dengan memanfaatkan media karena dijamin sudah banyak yang menggunakan media sosial, dengan menggunakan media tersebut dengan tujuan untuk menginformasikan kepada publik secara luas, sunda hejo disini memanfaatkan media sosial instagram sebagai media periklanannya dengan memanfaatkan fitur-fitur dari media sosial tersebut dengan harapan dapat tersampaikan informasi dari Sunda Hejo.
2. Promosi penjualan yang dilakukan Sunda Hejo untuk mempertahankan loyalitas konsumen yaitu dengan melakukan pemberian potongan harga di hari-hari tertentu selain itu Sunda Hejo juga melakukan kegiatan event seperti mengikuti pameran kopi dan juga membuat event adu cita rasa kopi dan ngadu bako.
3. Humas yang dilakukan Sunda Hejo yaitu dengan melakukan hubungan komunikasi yang baik dengan konsumen dengan maksud supaya konsumen tetap nyaman di Sunda Hejo. Selain itu Sunda Hejo juga melakukan kegiatan baksos dengan tujuan agar terciptanya kesan yang baik dari publik.

4. Penjualan personal yang dilakukan Sunda Hejo untuk memberikan kenyamanan kepada konsumen yang datang ke Sunda Hejo, yakni Sunda Hejo melakukan interaksi langsung dengan konsumen langsung seperti memberikan rekomendasi menu apa dan juga memberikan kebebasan kepada konsumen bisa menyeduh kopi sendiri dengan panduan dari barista.
5. Pemasarang langsung yang dilakukan Sunda Hejo yaitu dengan memanfaatkan teknologi informasi, yakni dalam upaya untuk memberikan kemudahan kepada konsumen bila mana ingin membeli produk dari Sunda Hejo. Media yang digunakan dalam pemasaran langsungnya yaitu dengan menggunakan media sosial instagram dan juga online shop.

Tabel 5. 1 Kesimpulan

No	Kategori	Kesimpulan
1	Periklanan	Sunda Hejo memanfaatkan media sosial karena dijamin serang sudah banyak yang menggunakan media sosial, dengan tujuan untuk menginformasikan kepada publik secara luas, sunda hejo disini memanfaatkan media sosial instagram sebagai media periklanannya dengan memanfaatkan fitur-fitur dari media sosial tersebut dengan harapan dapat tersampaikan informasi dari Sunda Hejo.
2	Promosi Penjualan	Promosi penjualan yang dilakukan Sunda Hejo untuk mempertahankan loyalitas konsumen yaitu dengan melakukan pemberian potongan harga di hari-hari tertentu selain itu Sunda Hejo juga melakukan kegiatan event seperti mengikuti pameran kopi dan juga membuat event adu cita rasa kopi dan ngadu bako.
3	Humas	Sunda Hejo melakukan hubungan komunikasi yang baik dengan konsumen dengan maksud supaya konsumen tetap nyaman di Sunda Hejo. Selain itu Sunda Hejo juga melakukan kegiatan baksos dengan tujuan agar terciptanya kesan yang baik dari publik.

4	Penjualan Personal	Sunda Hejo memberikan kenyamanan kepada konsumen yang datang ke Sunda Hejo, yakni Sunda Hejo melakukan interaksi langsung dengan konsumen langsung seperti memberikan rekomendasi menu apa dan juga memberikan kebebasan kepada konsumen bisa menyeduh kopi sendiri dengan panduan dari barista
5	Pemasaran langsung	Dengan memanfaatkan teknologi informasi, yakni dalam upaya untuk memberikan kemudahan kepada konsumen bila mana ingin membeli produk dari Sunda Hejo. Media yang digunakan dalam pemasaran langsungnya yaitu dengan menggunakan media sosial instagram dan juga online shop.

5.2 Saran

Setelah dilakuakn penelitian oleh peneliti di sunda hejo, dan dengan kesimpulan diatas.maka peneliti memiliki beberapa saran yang diharapkan nantinya akan menjadi masukan yang dapat dipertimbangkan untuk sunda hejo, yaitu sebagai berikut :

Teoritis

1. Peneliti mengharapkan untuk dikembangkan oleh peneliti selanjutnya tetapi dengan teori strategi pemasaran yang lain tidak hanya dari segi promosinya saja.
2. Diharapkan dengan dilakukannya penelitian ini menjadi referensi bagi peliti selanjutnya yang sama tentang strategi pemsaran.

Praktis

1. Staretgi pemasaran yang dilakukan sunda hejo belum terstruktur dengan benar, maka dari itu untuk keberhasilan dalam staretgi yang sudah berjalan, alangkah baiknya pada setiap strategi dapat terstruktur dengan baik dan benar. Agar nanti nya berjalan dengan efektif dan efisien.
2. Peneliti menyarankan dalam pembagian jobdesk nya tidak ada yang memiliki dua jabatan. Karena supaya staf fokus dengan satu jabatan saja dana akan lebih maksimal dalam tuganya.
3. Perlu ditingkatkannya dalam pelayanan, terutama dalam proses pemesanan diharapkan dapat dipercepat, karena supaya konsumen tidak terlalu lama menunggu pesanan mereka.