

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Setelah melakukan pembahasan terhadap data yang diperoleh dalam penelitian dan analisis yang telah digunakan, maka ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 5.1.1. Sediakala *Coffee* sebagai salah satu *Coffeshop* di Kota Bogor dalam usahanya menggunakan *Marketing Mix* (bauran pemasaran) dengan konsep 7P yaitu *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (tempat), *people* (orang), *process* (pelayanan) dan *physical evidence* (bukti fisik) dalam peningkatan penjualan. Hal tersebut membuat Sediakala *Coffee* menjadi salah satu *Coffeeshop* yang diminati konsumen.
- 5.1.2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam penerapan *Marketing Mix* Sediakala *Coffee* cukup efektif dalam melakukan peningkatan penjualan. Dari semua komponen bauran pemasaran yang ada, sebagian sudah terlaksana dengan baik. Adapun belum secara menyeluruh pengaplikasiannya karena terkait pada bauran pemasaran seperti pada *Physical Evidence* (Bentuk Fisik) dikarenakan fasilitas di Sediakala *Coffee* kurang memadai untuk konsumen.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, ada beberapa hal yang dapat dijadikan sebagai saran antara lain:

- 5.2.1. Sediakala *Coffee* dalam meningkatkan minat konsumen perlu memperhatikan perilaku konsumen sasaran sehingga dapat mengaplikasikan pemasaran dengan lebih efektif.
- 5.2.2. Agar pengembangan bisnis tetap eksis dan bertahan, Sediakala *Coffee* harus tetap menjaga kualitas, meningkatkan sumber daya manusia (karyawan) dan meningkatkan proses pelayanan sehingga konsumen akan selalu loyal.