

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang dilakukan oleh penulis mengenai strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Dobro Coffe dalam meningkatkan konsumen, dapat disimpulkan bahwa Dobro Coffee mempunyai keunggulan dalam melakukan kegiatan strategi komunikasi pemasaran melalui periklanan pada media sosial seperti, Instagram, Tiktok, Grab Food dan Go-Food. Promosi penjualan berupa *discount* 10% dengan cara membawa celana kamu ke *drop point* yang ada di Dobro Coffee, lalu isi data diri dan kita bisa mendapatkan *voucher* Rp. 50.000 dan juga *voucher* 10%, melakukan kegiatan *public relations* dengan mengadakan event *Talk Show* bertemakan *Photography* yang bertempat di Dobro Coffee dan juga event #TUKARTAMBAHCELANA yang berkolaborasi dengan @houseofcuff. Dengan menukarkan celana yang ditukarkan akan diberikan kepada orang yang membutuhkan atau didaur ulang.

Strategi pemasaran Dobro Coffee dalam menari minat pelanggan, yaitu:

1. Dobro Coffee sangat mengandalkan media social Instagram sebagai media untuk menarik pelanggan ataupun calon pelanggan untuk berkunjung dan membeli produk melalui unggahan dari Instagram
2. Strategi komunikasi pemasaran Dobro Coffee menggunakan komunikasi pemasaran dengan konsep pemasaran yang dikenal dengan 4P yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Dobro Coffee sendiri memiliki elemen dari 4P tersebut mulai dari elemen *product*, keunggulan produk dari Dobro Coffee sendiri yaitu mereka memiliki menu signature dan juga ditambah memiliki fasilitas bangunan 3 lantai dengan rooftop, untuk elemen *price* Dobro Coffee menawarkan harga yang murah mulai dari Rp 15.000 – Rp 35.000 harga tersebut merupakan harga bisa dijangkau oleh semua kalangan dari remaja sampai dewasa, selanjutnya ada elemen *place* yaitu tempat, untuk tempat Dobro Coffee memiliki lokasi dekat dengan sekolah SMA dan juga dekat dengan pasar, untuk elemen *promotion* Dobro Coffee melakukan promosi dengan cara berkolaborasi dengan brand pakaian dan juga melakukan promosi melalui media sosial

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan penelitian mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Dobro Coffee yang telah dilaksanakan oleh peneliti, maka saran dari peneliti sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada perusahaan (Dobro Coffee) lebih meningkatkan promosi dengan sering memberikan promo menarik dan juga memberikan varian menu yang baru untuk menarik minat pelanggan untuk datang. Selain itu juga disarankan untuk terus mempromosikan produk melalui media sosial dalam bentuk apapun, dan juga diharapkan melakukan promosi secara offline seperti ikut event bazar UMKM.
2. Membuat konten pada sosial media dengan konten yang menarik seperti mengadakan giveaway pengikut sosial media Dobro Coffee.
3. Menggelar *event-event* untuk memperkenalkan dan memberikan informasi tentang Dobro Coffee itu sendiri
4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memberikan wawasan dan bisa menjadi acuan dalam penelitian selanjutnya mengenai strategi komunikasi pemasaran untuk meningkatkan jumlah konsumen