

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan data penelitian maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Roeta Coffee, sebagai salah satu kedai kopi di Kota Bekasi, menerapkan Marketing Mix (bauran pemasaran) dengan konsep 7P dalam usahanya, yaitu produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), tempat (*place*), orang (*people*), pelayanan (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*) untuk meningkatkan penjualan. Penerapan strategi ini membuat Roeta Coffee menjadi salah satu kedai kopi yang diminati konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan *Marketing Mix* oleh Roeta Coffee cukup efektif dalam meningkatkan penjualan. Sebagian besar komponen bauran pemasaran telah diterapkan dengan baik. Namun, implementasi secara keseluruhan belum sepenuhnya optimal, terutama dalam aspek Bukti Fisik (*Physical Evidence*), karena fasilitas di Roeta Coffee masih belum cukup memadai untuk konsumen yang ramai.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pemaparan dari hasil penelitian, terdapat saran yang ingin disampaikan peneliti yaitu :

a. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini masih dapat disempurnakan dengan adanya penambahan teori maupun konsep strategi komunikasi pemasaran yang lain misalnya penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan variabel minat beli atau penelitian kualitatif berbasis persepsi konsumen. Mungkin dengan penelitian yang lebih mendalam tentang bagaimana media meliput

coffee shop dan industri kopi, serta dampaknya terhadap persepsi publik dan keberhasilan bisnis *coffee shop*.