

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini berdasarkan data serta hasil yang telah didapatkan. Berikut kesimpulan yang diperoleh, yaitu :

1. Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Shop Blooming Bros Manual Brew yang telah dilakukan melalui beberapa point *Social Media Marketing* yaitu *Sharing of Content*, *Credibility*, dan *Interaction*. Sedangkan untuk point *Online Communities*, serta *Accessibility* belum dilakukan.
2. Interaksi yang telah dilakukan cukup membantu konsumen Coffee Shop Blooming Bros Manual Brew menerima lebih banyak informasi disetiap peluncuran varian menu baru dan produk beans kopi Coffee Shop Blooming Bros Manual Brew.
3. *Digital Marketing* yang telah dilakukan dalam memasarkan produk Coffee Shop Blooming Bros Manual Brew sudah cukup dipraktikkan sehingga menjadi sebuah keputusan yang lebih akurat dengan menggunakan fitur-fitur yang terdapat di media sosial Instagram seperti jangkauan target pasar secara luas serta membangun interaksi dengan calon konsumen baru atau konsumen.
4. Adanya pelayanan *after sales* yang telah dilakukan bertujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan produk biji kopi, varian menu, layanan yang diberikan Coffee Shop Blooming Bros Manual Brew dan membuat konsumen tidak ragu merekomendasikan untuk memesan lagi dikemudian hari.
5. Maka hal tersebut secara profesional dapat meningkatkan konsumen, menjadi sebuah tempat coffee shop kebanggaan yang memiliki berbagai keunikan dan keistimewaan dari teknik manual brew tersendiri, salah satunya yaitu menawarkan berbagai jenis produk beans serta varian menu dengan kualitas cita rasa yang baik.

6. Adanya peningkatan konsumen yang cukup signifikan melalui beberapa point *Social Media Marketing* yang telah dilakukan yaitu *Sharing of Content, Interaction, Credibility* di media sosial instagram akun Coffee Shop Blooming Bros Manual Brew, baik itu peningkatan konsumen dari *followers* akun Coffee Shop Blooming Bros dan peningkatan konsumen yang datang secara langsung.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti mendapatkan hasil analisa yaitu ada beberapa hal yang belum diterapkan atau dilakukan oleh Coffee Shop Blooming Bros Manual Brew seperti *Instagram Ads*, dan *Instagram Shopping*. Kemudian hal lainnya seperti melakukan fitur interaksi, giveaway, kompetisi kecil, promosi, dan layanan *after sales* telah dilakukan sudah cukup baik.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti memiliki beberapa saran yang dapat membantu, membangun serta bertujuan untuk memperbaiki kekurangan seperti lebih sering dilakukan giveaway ataupun promo yang dapat menarik perhatian calon konsumen atau konsumen, jangka waktu disaat mengadakan kompetisi kecil dan giveaway tidak terlalu lama, melakukan interaksi rutin, dan pelayanan *after sales* dikembangkan lagi. Adapun saran yang dapat disampaikan dengan layanan *after sales* bertujuan untuk memantau atau memastikan konsumen merasa puas atas produk beans bahkan layanan dalam pemesanan menu yang dibeli. Hal ini akan membangun hubungan yang baik atau *credibility* dan interaksi sehingga dapat meningkatkan konsumen. Selain itu saran lain yang diberikan perlu dimaksimalkan kembali dalam digital marketing pada media sosial yang digunakan.