

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini berdasarkan data serta hasil yang telah didapatkan. Berikut kesimpulan yang diperoleh dalam menggunakan bauran pemasaran 4p (*Place, Price, Promotion*), yaitu:

1. Harga (*price*) menu yang diberikan oleh Kopi Cinta Bekasi terbilang cukup terjangkau. Kopi Cinta Bekasi berusaha untuk tidak memberikan harga yang mahal kepada konsumen. Dengan harga yang cukup terjangkau Kopi Cinta Bekasi juga harus memberikan kualitas produk dan pelayanan yang baik untuk *customer*. Penambahan biaya hanya berlaku saat adanya *event* besar seperti *Helloween* dan *Valentine*.
2. Kopi Cinta Bekasi memiliki tempat (*place*) yang cukup strategis dan mudah dijangkau, Kopi Cinta Bekasi juga memiliki area yang cukup luas, dan juga sangat memerhatikan kenyamanan parkir untuk *customer*. Kopi Cinta Bekasi selalu mengutamakan kenyamanan, kebersihan, dan ketenangan untuk *customer*.
3. Produk (*product*) atau menu yang menjadi favorit di Kopi Cinta Bekasi adalah kopi susu gula aren dan *butter scotch*. Menu yang disajikan juga beragam, tidak hanya menjual jenis kopi, tetapi juga menjual berbagai minuman *non coffee*, serta banyaknya pilihan cemilan hinggakan makanan berat.
4. Promosi (*promotion*) yang dilakukan oleh Kopi Cinta Bekasi dengan melakukan penyebaran informasi dengan memanfaatkan media sosial Instagram. Informasi melalui *event live music* selalu dibagikan setiap harinya di Instagram Kopi Cinta Bekasi. Selain itu Kopi Cinta Bekasi juga melakukan komunikasi langsung terhadap *customer* untuk memperkenalkan produk menu baru yang dibuat oleh Kopi Cinta Bekasi.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Kopi Cinta Bekasi menggunakan bauran pemasaran 4p (*Place, Price, Price, Promotion*) untuk menarik minat pengunjung melalui *event live music* yang dilakukan. *Event live music* di Kopi Cinta Bekasi diselenggarakan lima kali dalam seminggu terdapat pada hari Senin, Rabu, Jum'at, Sabtu dan Minggu, dengan pengisi acara yang berbeda-beda, seperti Meetnight, Ilham Senjhu, dan lainnya. Kegiatan *event live music* merupakan salah satu cara promosi yang dilakukan oleh Kopi Cinta Bekasi dalam menarik minat pengunjung untuk mengenalkan tempat dan juga sebagai promosi menu. Pihak Kopi Cinta Bekasi selalu berusaha menghadirkan beberapa *band* yang baik agar pengunjung yang datang ke Kopi Cinta Bekasi semakin banyak.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis, penulis memiliki beberapa saran yang dapat membantu, serta bertujuan membangun dan memperbaiki kekurangan *event live music* di Kopi Cinta Bekasi untuk berkembang menjadi lebih baik lagi. Adapun saran penulis kepada Kopi Cinta Bekasi adalah sebagai berikut :

1. Kopi Cinta Bekasi perlu lebih aktif lagi dalam melakukan promosi di sosial media untuk mengenalkan menu baru dan memberikan informasi adanya promosi produk.
2. Untuk *event live music* Kopi Cinta Bekasi perlu lebih memperhatikan lagi konsep dan tempat, serta mendekor panggung agar dapat menarik perhatian calon pengunjung atau pengunjung.