

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian serta menganalisa SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dan strategi pemasaran 7P (*Product, Price, Promotion, People, Physical evidence dan Process*) yang terdapat pada Nusantara Kopi & Resto peneliti mendapatkan beberapa kesimpulan, diantaranya yaitu

Nusantara Kopi & Resto ini memiliki ciri khas nusantara yang unik dari para pesaingnya serta varian menu nusantara yang beragam yaitu ada varian Wedang Uwuh, Bandrex. Nusantara Kopi & Resto juga telah memiliki sertifikat halal. Untuk menentukan harga Nusantara Kopi & Resto menghitung HPP dan konsep seperti apa yang ingin diangkat oleh Nusantara Kopi & Resto. Harga yang diberikan Nusantara Kopi & Resto terbilang cukup terjangkau untuk semua kalangan. Nusantara Kopi & Resto memiliki toko offline untuk pendistribusian dilakukan secara offline dan online melakukan media sosial Instagram yang sedang banyak digunakan oleh masyarakat. Nusantara Kopi & Resto juga melakukan strategi promosi dengan membuat konten video yang menarik serta melakukan kerja sama *endorsement* dengan *influencer*. Dalam pemilihan *influencer*, Nusantara Kopi & Resto melihat dari beberapa aspek yaitu market pasar, harga serta melihat isi konten dan banyaknya pengikut *influencer* tersebut. Nusantara Kopi & Resto juga memberikan produk yang berkualitas, presentasi yang menarik dan elegan. Dengan strategi tersebut Nusantara Kopi & Resto dapat meningkatkan jumlah pelanggan. Untuk mendapatkan itu semua pelanggan bisa mendapatkannya jika membelinya langsung pada toko offline Nusantara Kopi & Resto.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan terhadap strategi komunikasi pemasaran Nusantara Kopi & Ressto dalam meningkatkan jumlah pelanggan. peneliti menyadari bahwa banyak kekurangan dalam penelitian ini. Maka peneliti akan memberikan saran berharap untuk memberikan saran kepada peneliti agar penelitian selanjutnya yang serupa akan lebih baik lagi. Adapun saran tersebut sebagai berikut :

1. Kegunaan Praktis

Bagi perusahaan, untuk memperbaiki variasi menu khas nusantara dan kegiatan promosinya agar calon pembeli dapat memilih variasi menu yang menarik, Lalu dalam melakukan kegiatan promosi pada media sosial Instagram, perlu diperbanyak lagi untuk menarik minat pelanggan.

2. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian yang serupa. Saran yang diberikan berkaitan dengan penelitian ini yaitu, diharapkan untuk membahas permasalahan konsep yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Pada peneliti selanjutnya, agar lebih dikembangkan dan lebih memperdalam lagi hasil penelitian yang sudah dibuat..