

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan *event* sebagai komunikasi pemasaran pada *ottoke.kape* dalam menarik minat beli konsumen. Data dalam hasil penelitian diperoleh dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi. Wawancara tersebut dilakukan kepada tiga informan (*owner*, karyawan, dan konsumen *ottoke.kape*).

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *ottoke.kape* menggunakan bauran pemasaran 4P (*Price, Place, Price, Promotion*) untuk menarik minat beli konsumen melalui *event* yang dilakukan, yang paling signifikan adalah *promotion*. Karena promosi melalui *event* sangat memiliki pengaruh yang besar dalam menarik minat beli konsumen untuk hadir ke *ottoke.kape*. Dalam aspek minat beli konsumen ini tentunya memiliki perhatian, ketertarikan dan keinginan untuk para konsumen berkunjung ke *Ottoke.kape*.

Dalam *event* ini yang menjadi perhatian konsumen yaitu media sosial *instagam Ottoke.kape*, karena postingan tentang *event* tersebut adalah hal yang menjadi perhatian konsumen untuk mengetahui *event* apa yang dilakukan oleh *Ottoke.kape*. Kemudian yang menjadi ketertarikan konsumen untuk berkunjung ke *Ottoke.kape* salah satunya adalah menu *special* yang dibuat khusus pada saat *event*. Selanjutnya yang menjadi keinginan konsumen untuk berkunjung adalah para konsumen ingin mendokumentasikan moment *event birthday* idola mereka.

Salah satu *event* yang dapat menarik minat beli konsumen yaitu *event SM Birthday Weekend*. *Event* tersebut memiliki keunikan dari *event* lainnya, pada *event* ini *owner ottoke.kape* membuat beberapa pake menu *special* untuk konsumen yang hadir pada *event* tersebut. Paket menu *special* tersebut terinspirasi langsung dari member idol grup yang sedang *birthday*.

5.2 Saran

Dalam rangka untuk lebih dalam mengembangkan *event* sebagai komunikasi pemasaran di *ottoke.kape* pada masa yang akan datang. Adapun yang menjadi saran dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk *event* yang dilakukan oleh *ottoke.kape* sebaiknya dilakukan paling lama seminggu, karena beberapa konsumen pasti memiliki kesibukan masing-masing supaya lebih banyak konsumen yang bisa hadir dalam *event* tersebut.
2. Untuk pihak *ottoke.kape* sebaiknya membuat data jumlah kenaikan pengunjung pada setiap *event*, data tersebut sangat berguna untuk melihat berapa jumlah kenaikan setiap pengunjungnya.
3. Untuk penelitian selanjutnya supaya bisa membahas lebih dalam lagi tentang kekurangan yang ada di dalam skripsi peneliti.