BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang diterapkan oleh Dawend *Coffee* memiliki pengaruh yang signifikan dalam mempertahankan minat pelanggan. Strategi promosi yang dijalankan mencakup pemanfaatan media sosial, program promosi penjualan, serta kolaborasi dengan *brand* lokal, yang semuanya berkontribusi terhadap peningkatan minat pelanggan.

Dalam strategi komunikasi pemasaran, Dawend *Coffee* secara aktif memanfaatkan media sosial, terutama Instagram, sebagai *platform* utama untuk berinteraksi dengan pelanggan. Promosi dalam bentuk konten digital yang menarik, seperti postingan *feed, story,* dan *reels*, serta strategi *repost* dari pelanggan, terbukti meningkatkan keterlibatan pelanggan dan memperkuat citra merek Dawend *Coffee*. Selain itu, program promosi seperti *"Buy One Get On*e" dan *"Happy Hour"* berhasil meningkatkan jumlah kunjungan pelanggan serta mendorong mereka untuk melakukan pembelian berulang.

Kualitas layanan dan suasana yang ditawarkan Dawend *Coffee* juga menjadi faktor penting dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Konsep tempat yang nyaman, estetik, serta pelayanan yang ramah dari staf dan barista menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, sehingga mereka lebih cenderung untuk kembali berkunjung.

Selain itu, strategi promosi melalui *event* juga memberikan kontribusi besar dalam mempertahankan minat pelanggan. *Event* seperti *live music*, *gathering* komunitas, serta *workshop* kreatif memberikan nilai tambah bagi pelanggan, yang tidak hanya datang untuk menikmati kopi tetapi juga untuk berinteraksi dan mendapatkan pengalaman yang lebih mendalam. *Event-event* ini juga memperkuat hubungan emosional pelanggan dengan merek Dawend *Coffee* serta membangun komunitas yang lebih solid.

Meskipun strategi promosi Dawend *Coffee* telah menunjukkan keberhasilannya, terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi, seperti menjaga inovasi dalam program promosi agar tetap menarik bagi pelanggan serta memastikan bahwa event yang diadakan selalu relevan dengan preferensi audiens. Oleh karena itu, evaluasi secara berkala dan peningkatan strategi pemasaran harus terus dilakukan agar Dawend *Coffee* tetap menjadi pilihan utama pelanggan di tengah persaingan yang semakin ketat.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan strategi promosi Dawend *Coffee* dalam mempertahankan minat pelanggan bergantung pada kombinasi antara pemasaran digital, pengalaman pelanggan yang menyenangkan, serta inovasi dalam program promosi dan *event*. Ke depan, Dawend *Coffee* dapat terus mengembangkan strategi yang lebih kreatif dan adaptif guna mempertahankan minat pelanggan serta memperluas pangsa pasar mereka di industri *coffee shop* yang kompetitif.

5.2 Saran

5.2.1 Akademik

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi studi lebih lanjut mengenai strategi promosi dalam industri *coffee shop*, khususnya dalam membangun minat pelanggan melalui pendekatan berbasis komunitas. Penelitian selanjutnya dapat mengkaji strategi promosi dengan metode kuantitatif untuk memperoleh data yang lebih terukur atau melakukan perbandingan strategi promosi di berbagai *coffee shop* guna mendapatkan perspektif yang lebih luas mengenai tren pemasaran di industri ini. Selain itu, penelitian lanjutan juga dapat mengeksplorasi dampak jangka panjang strategi promosi terhadap pertumbuhan bisnis dan minat pelanggan.

5.2.2 Praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi Dawend *Coffee* dalam meningkatkan strategi promosi yang telah diterapkan. Inovasi dalam strategi promosi perlu terus dilakukan agar tetap menarik dan tidak monoton bagi pelanggan. Pengelolaan anggaran promosi juga perlu dioptimalkan agar tetap menguntungkan tanpa mengurangi daya tarik pemasaran. Pemanfaatan media sosial harus terus dikembangkan dengan mengikuti tren pemasaran digital dan bekerja sama dengan

influencer untuk meningkatkan jangkauan promosi. Selain itu, penyelenggaraan *event* komunitas dapat diperbanyak untuk mempertahankan minat pelanggan serta menciptakan pengalaman yang lebih terikat. Evaluasi rutin terhadap strategi promosi yang diterapkan juga menjadi hal penting agar Dawend *Coffee* dapat terus beradaptasi dengan kebutuhan pelanggan dan perkembangan industri *coffee shop*.