

## BAB V KESIMPULAN

Pada bab ini peneliti menguraikan kesimpulan dan memberikan beberapa saran terkait hasil penelitian yang berjudul Komunikasi Pemasaran Kopi Nako Ciracas

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan data yang telah dibuat peneliti terhadap komunikasi pemasaran menggunakan 7P dapat disimpulkan bahwa produk dari kopi nako sendiri bisa diterima oleh semua kalangan konsumen khususnya kalangan anak muda generasi z yang membuat produk dari Kopi Nako memiliki positioning tersendiri sehingga sebagaimana produk kopi pada umumnya tetapi dari rasa yang diberikan berbeda dari kopi lainnya, penggunaan biji kopi sangat berpengaruh dengan cita rasa yang disajikan, mulai dari biji kopi robusta atau arabica membuat rasa kopi yang dihasilkan berbeda dari yang lainnya.

Tempat yang disediakan tidak hanya untuk menikmati kopi melainkan bisa untuk bekerja *work from coffe* atau bagi pelajar atau mahasiswa bisa mengerjakan tugas dengan nyaman. Tempat merupakan point penting sehingga membuat aktivitas yang dilakukan oleh para konsumen lebih banyak dengan adanya aktivitas yang lebih banyak kita dapat memperoleh kegiatan yang positif sehingga para konsumen beraktifitas dan berkegiatan sebagaimana mestinya. Kegiatan yang dilakukan dari berbagai kalangan konsumen khususnya anak muda yaitu membuat bazar buku atau kegiatan seni lukis atau fotografi, kegiatan ini dilakukan untuk membuat event sehingga pengenalan terhadap brand Kopi Nako itu sendiri.

Dengan produk Kopi Nako sendiri memiliki value tersendiri sehingga konsumen dapat loyal terhadap produk tersebut. Loyalitas yang diberikan konsumen tidak hanya terhadap brand itu sendiri tetapi adanya koneksi antara konsumen dan produk Kopi Nako. Hal yang perlu diperhatikan yaitu barista Kopi Nako wajib memberikan pelayanan yang baik dan mengaplikasikan 3s (sapa, senyum, dan salam) sehingga membuat persepsi terhadap konsumen saling

terjaga satu sama lain dengan begitu konsumen merasa senang dan brand Kopi Nako mendapat hati ditiap masing-masing masyarakat

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Praktis**

1. Kopi Nako Ciracas lebih meningkatkan awareness jika ada promo yang berlangsung sehingga konsumen dapat mengetahuinya
2. Kopi Nako Ciracas membuka ruang terbuka bagi komunitas atau perkumpulan yang sedang dibuat oleh masyarakat
3. Kopi Nako Ciracas lebih meningkatkan pelayanan dan fasilitas sehingga pelanggan merasa nyaman
4. Kopi Nako Ciracas semakin memberikan hiburan (live music) setiap harinya tidak hanya *weekend* saja

### **5.2.2 Saran Teoritis**

Peneliti berharap penelitian ini lebih memberikan informasi serta tambahan kepada peneliti lain atau peneliti selanjutnya yang akan melanjutkan dengan penelitian dengan komunikasi pemasaran 7P. Peneliti berharap bahwa penelitian selanjutnya dapat menggali lebih dalam mengenai komunikasi pemasaran terhadap hal-hal lain terkait teori 7P sehingga peneliti selanjutnya bisa lebih komprehensif dalam penelitian terkait komunikasi pemasaran.