

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Coffee Toffee, peneliti menyimpulkan bahwa Dalam hal ini Coffee Toffee menggunakan strategi promosi untuk menarik calon pelanggan baru atau meningkatkan jumlah pelanggan pada tahun 2017. Coffee Toffee berusaha membangun brand image dan citra positif dalam hal menarik pelanggannya, dengan cara memperkenalkan Coffee Toffee adalah satu-satunya cafe di kota Magelang yang menjual tempat sebagai cafe dengan desain interior dan eksteriornya yang unik, mewah dan klasik dengan konsep otomotif untuk yang didalam dan konsep office cafe yang *cozy* dan nyaman untuk yang diluar. Hal ini juga menjadi salah satu penarik pelanggan karena, pelanggan dapat dengan tenang menikmati hidangan-hidangan yang mereka inginkan sambil berbincang dengan kerabat atau temannya, hal ini belum didapatkan mereka di cafe lainnya yang ada di kota Magelang.

Pengembangan strategi promosi dalam meningkatkan minat beli dari konsumen yaitu dengan menentukan segmentasi pasar dan strategi penentuan posisi sudah cukup efisien. Coffee Toffee memilih mahasiswa, pelajar yang ingin nongkrong kekinian dan bergaya *hits*, kemudian anggota club mobil yang ada di kota Magelang, dan juga masyarakat umum. Pemilihan segmentasi ini juga sangat signifikan terhadap apa yang disuguhkan oleh Coffee Toffee seperti event hariannya, pemilihan menu yang variatif, dan juga desain interior dan eksteriornya.

Dalam hal ini sebelum melakukan perencanaan strategi promosi tentu saja Coffee Toffee menganalisis situasi terlebih dahulu kemudian baru melakukan perencanaan strategi promosi dengan menggunakan bauran promosi yang tepat seperti advertising, banner, flyer, poster, diskon, dan tentu saja media internet dan sosial media. Strategi promosi yang paling efektif bagi Coffee Toffee yaitu sosial media karena selain tanpa biaya promosi ini sangat mudah untuk dilakukan dan juga bisa berinteraksi langsung dengan konsumen maupun calon konsumen.

Selanjutnya publisitas yang dilakukan oleh Coffee Toffee sangat efektif. Mereka diliput oleh salah satu media cetak (kabar magelang), hal ini yang menjadikan Brand Image

bagi Coffee Toffee sendiri, karena media ini juga banyak dikunjungi oleh masyarakat dalam mencari rekomendasi restoran yang recommended di kota Magelang. Hal ini yang menjadikan brand image bahwa Coffee Toffe merupakan tempat nongkrong yang kekinian serta hits dibandingkan cafe lainnya, selain itu juga strategi promosi yang dilakukan Coffee Toffee sudah berhasil sehingga banyak pengunjung yang datang baik mahasiswa, pelajar ataupun masyarakat umum lainnya.

Selanjutnya adalah pengembangan anggaran promosi yang dilakukan oleh Coffee Toffee sudah dilakukan sangat baik namun, menurut peneliti dana yang dianggarkan untuk promosi beserta event masih minim, karena itu promosi dan event hanya monoton tidak bisa berganti dengan yang baru agar lebih fresh dan pelanggan yang sering ke Coffee Toffee tidak bosan.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dengan melihat realita dilapangan, maka peneliti memiliki beberapa saran yaitu:

1. Coffee Toffee hendaknya menambah media promosi dengan membuat website yang berisi semua tentang Coffee Toffee mulai dari gambar tepat, gambar makanan, gambar minuman, tentang review para pengunjung yang sudah pernah datang ke Coffee Toffee sehingga itu akan memberikan informasi kepada konsumen yang hendak datang ke Coffee Toffee dan memaksimalkan tiap bauran promosi yang digunakan seperti event & experiences atau mengikuti event-event besar club-club mobil agar dapat tercapai tujuan awalnya dan dapat meningkatnya jumlah konsumen.
2. Dengan adanya penurunan jumlah konsumen di bulan Januari 2017 hendaknya Coffee Toffee tidak mengurangi program-program promosi yang sudah berjalan sebelumnya akan tetapi coffee toffee juga harus meningkatkan kualitas promosi dan mengevaluasi beberapa promosi yang kurang efektif. .
3. Coffee Toffee harus meningkatkan publisitasnya seperti mengikuti event-event keluar semacam event festival kopi tidak hanya di tempat saja agar Coffee Toffee lebih dikenal dengan masyarakat luas khususnya di kota Magelang sendiri.

4. Bagi para mahasiswa yang ingin melakukan penelitian terutama meneliti sebuah kafe, hendaknya memilih kafe yang sudah berdiri minimal satu tahun, selain itu juga memilih kafe yang didalamnya terdapat struktur kepemimpinannya, sehingga akan lebih mudah nantinya untuk menjelaskan tentang kafe tersebut. Selain itu juga harus mampu menentukan teori-teori yang tepat sehingga bisa digabungkan untuk penelitian sesuai objek nya.