

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dengan judul Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Cafe District 38 dalam Meningkatkan Penjualan, melalui observasi serta sebuah wawancara yang dilakukan secara mendalam, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi komunikasi pemasaran yang sudah ditetapkan oleh cafe District 38 ini menggunakan suatu pertimbangan teori IMC dengan menerapkan Advertising, Sales Promotion, dan Personal Selling. Dan juga mempertimbangkan sebuah bauran pemasaran 4P yaitu product (produk), price (harga), place (tempat), promotion (promosi), dengan mengaplikasikan menggunakan sebuah media online yaitu sosial media. Adapun suatu faktor yang mempengaruhi pada strategi komunikasi pemasaran cafe District 38 adalah suatu penerapan komunikasi pemasaran yang begitu maksimal, dan juga sebuah kualitas produk dan kemasan yang layak bersaing di pasaran.
2. Bentuk komunikasi pemasaran cafe District 38 dalam meningkatkan penjualan yang dilakukan serta berhubungan dengan sebuah komunikasi pemasaran yang dapat disebut juga sebagai Integated Marketing Communication (IMC), secara garis besar sebuah pemasaran yang digunakan cafe District 38 terbagi menjadi tiga bagaiann yang diantaranya adalah Advertising, Sales Marketing, dan juga Personal Selling.

B. Saran

1. Kepada Mahasiswa

Dengan adanya sebuah penelitian ini, diharapkan dapat membantu atau member sebuah referebsi pada mahassiswa/i yang mempunyai sebuah minat akan turun pada dunia wirausaha serta juga dapat berguna untuk mahasiswa/i yang akan mengerjakan skripsi.

2. Kepada Pemilik Usaha

Diharapkan pada penelitian ini dapat menjadi suatu referensi yang dapat berguna dalam melengkapi jika adanya kekurangan pada usaha yang telah dibangun, terutama pada bidang pemasaran.

3. Kepada masyarakat

Diharapkan dalam penelitian ini, bisa menjadi sebuah referensi untuk masyarakat dalam menjalankan sebuah usaha agar dapat tercapainya visi dan misi yang telah dirancang sehingga mencapai sebuah tujuan yang telah ditentukan.

