

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

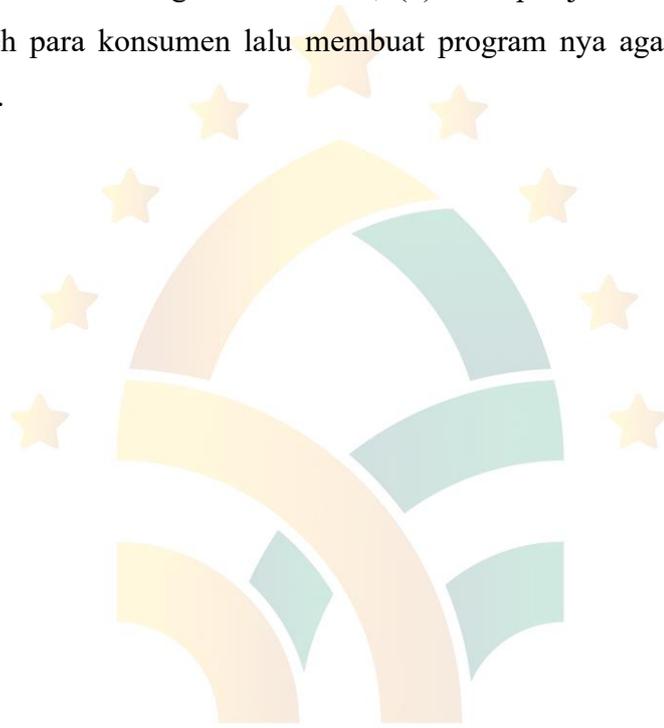
Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti yang bertempat di Oksigen Coffee Cirebon, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Perspektif Pelanggan Terhadap Kualitas Produk di Oksigen Coffee Cirebon, Pelanggan memberikan respons positif terhadap kualitas produk Oksigen Coffee, terutama karena rasa kopi yang konsisten, bahan baku berkualitas, serta suasana kafe yang nyaman, yang menciptakan pengalaman yang memuaskan dan mendorong mereka untuk kembali.
2. Analisis SWOT untuk Pengembangan Oksigen Coffee Cirebon, Berdasarkan analisis SWOT, Oksigen Coffee memiliki kekuatan dalam brand yang dikenal dan tempat yang menarik, namun harus mengatasi tantangan persaingan ketat dan fluktuasi harga bahan baku. Peluang untuk ekspansi pasar dan pemanfaatan tren kopi specialty dapat dimaksimalkan, sedangkan ancaman persaingan menuntut inovasi dan diferensiasi yang berkelanjutan.
3. Strategi Marketing yang Diterapkan oleh Oksigen Coffee Cirebon, Oksigen Coffee mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran yang efektif melalui media sosial untuk menarik pelanggan, serta menciptakan pengalaman yang lebih personal dan menarik melalui suasana kafe yang nyaman. Kolaborasi dengan influencer dan promosi lokal juga turut berperan dalam meningkatkan visibilitas dan loyalitas pelanggan.

#### B. Saran

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti mengemukakan beberapa saran untuk penelitian dan perusahaan yaitu (1) penelitian pada kedai kopi bukan hanya dilakukan dalam kajian Komunikasi Pemasaran Langsung tetapi dapat menggunakan kajian lain, (2) penelitian

dikedai kopi tentang Komunikasi pemasaran sangat menarik dan dapat dikaji oleh peneliti lain, (3) *Oksigen Coffee* Cirebon dapat mengoptimalkan yang bersifat *Direct Marketing*, (4) Jangkauan wifi diperluas agar konsumen ketika banyak konsumen menggunakan wifi jaringan tetap stabil, (5) Terus berinovasi terkait menu, (6) Meningkatkan strategi komunikasi pemasaran untuk terus berkembang dan bertahan, (7) Mempelajari kebiasaan yang disukai oleh para konsumen lalu membuat program nya agar lebih menarik konsumen.



# UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER  
SYEKH NURJATI CIREBON