

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dari penelitian terhadap strategi pemasaran dalam meningkatkan daya tarik pelanggan Café Blumm di Kabupaten Jombang yang telah dipaparkan di bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran yang diterapkan Café Blumm dalam meningkatkan daya tarik pelanggan menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang meliputi produk, harga, tempat, promosi. Strategi pemasaran produk yang diterapkan Café Blumm yaitu dengan menjaga kualitas produk dan selalu berinovasi terhadap produk. Strategi pemasaran yang diterapkan pada harga yaitu berani memberikan harga yang lebih rendah dari pesaing dan harga sesuai dengan kualitas. Strategi pemasaran yang diterapkan pada tempat yaitu penentuan lokasi yang mudah dijangkau oleh masyarakat. Strategi pemasaran pada promosi yaitu dengan melakukan strategi promosi lewat media sosial dan secara langsung dari mulut ke mulut.
2. kendala strategi pemasaran produk yang dialami Café Blumm yaitu kurangnya bervariasi dalam pembuatan produk karena keterbatasan pembuatnya, ketika pendistribusian produk pelanggan protes atau komplain karena menunggu lama pesanan. Lalu Solusi yang dilakukan untuk meminimalisir kendala yang dihadapi Café Blumm yaitu dengan

cara Café Blumm dalam kegiatan produksinya menambah karyawan yang berpengalaman dan berusaha semaksimal mungkin agar tidak ada komplein dari pelanggan lagi tentang pesanan yang lama. Kendala strategi pemasaran harga yang dihadapi Café Blumm pada saat penetapan harga dipersaingan harga, dan tempatnya Café Blumm dipinggiran kota. Lalu solusi yang dilakukan untuk meminimalisir kendala yang dihadapi Café Blumm yaitu dengan cara memberi diskon dengan menurunkan harga produk yang mahal, akan tetapi Café Blumm tidak mau menurunkan harga yang banyak karena tidak mau rugi. Kendala strategi pada tempat yang dialami Café Blumm, dari segi tempat Café Blumm sudah luas akan tetapi pada saat ada acara event bersamaan perkumpulan komunitas terkadang ada yang tidak kebagian tempat duduk. Lalu solusi yang dilakukan untuk meminimalisir kendala yang dihadapi Café Blumm yaitu dengan cara Café Blumm menyediakan tempat khusus bagi pelanggan yang mengikuti event agar pelanggan lain bisa kebagian tempat duduk. Kendala strategi pemasaran promosi yang dialami Cafe Blumm yaitu ketika memberikan informasi tidak tersampaikan dengan baik kepada pelanggan dan terjadi problem saat promosi, Sehingga menghambat kegiatan penjualannya. Untuk solusi yang dilakukan untuk meminimalisir kendala yang dihadapi Café Blumm yaitu dengan cara mengevaluasi kesalahan-kesalahan

B. Saran

Berdasarkan temuan diatas, bahwa dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi Pihak Cafe Blumm

Bagi Café Blumm diharapkan agar lebih meningkatkan dalam mengembangkan produknya agar lebih menarik sehingga konsumen tertarik untuk melakukan pembelian. Untuk Café Blumm diharapkan kedepannya lebih meningkatkan dari segi kecepatan dalam pelayanan agar lebih responsif dalam melayani pelanggan.

2. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan kedepannya dapat dijadikan bahan referensi dan menambah wawasan keilmuan yang ada di IAIN Tulungagung, untuk itu perlu adanya penguatan teori terkait dengan topic yang ada dalam penelitian ini. Pihak kampus sebaiknya lebih banyak menyediakan referensi berupa buku tentang strategi pemasaran atau bauran pemasaran 4p. Dengan demikian diharapkan dapat mendukung dilaksanakannya penelitian yang sejenis untuk kedepannya.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan atau kajian selanjutnya yang berkaitan dengan permasalahan beserta objek penelitian yang berbeda dengan menggunakan studi komparatif sehingga bisa menyempurnakan hasil penulisan dari hasil penelitian.