

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Kopi Warsimah menjalankan 6 dari 8 bentuk bauran promosi yakni iklan dengan memasang papan tanda arah dan logo, promosi penjualan dengan mengikuti acara bazar dan pemberian diskon, acara dan pengalaman dengan sering mengadakan acara-acara berkonsep untuk memberikan pengalaman kepada masyarakat, hubungan masyarakat dengan menjalin kerja sama antar komunitas, publisitas dalam bentuk pembuatan konten di Instagram, Youtube, tayangan artikel dari suatu media, dan Google Maps untuk memudahkan masyarakat dalam mencari informasi, pemasaran dari mulut ke mulut dalam bentuk *review* dan rekomendasi dari pelanggan ke masyarakat untuk menarik perhatian dan membangun kepercayaan, serta penjualan personal dengan memberikan pelayanan yang baik hingga menyediakan fasilitas khusus atas permintaan pelanggan serta memberikan gratis pelatihan kegiatan edukasi. Dari keenam bentuk bauran promosi tersebut, Kopi Warsimah dapat mencapai kesadaran merek dalam tingkatan *brand recognition*. Bentuk promosi yang digunakan sebagai pengenalan merek adalah papan tanda arah dan logo, mengikuti bazar, mengadakan acara untuk memberikan pengalaman kepada masyarakat, menjalin kerja sama komunitas, publikasi melalui Instagram, Youtube, Google Maps, dan artikel, serta *review* pelanggan. Sedangkan yang digunakan untuk penguatan kembali terhadap merek adalah dengan papan tanda arah, pemberian diskon, mengadakan acara, menjalin kerja sama, publikasi di Instagram, Youtube, Google Maps, artikel, *review* pelanggan, serta pelayanan yang baik. Dari penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan, terdapat kebaruan dimana terdapat 6 bentuk promosi yang dapat efektif dilakukan. Serta kebaruan dimana promosi penjualan di Kopi Warsimah efektif dengan mengikuti bazar, pemasaran dari mulut ke mulut karena *review* dari pelanggan, serta publikasi dari Instagram, Youtube, Google Maps, dan artikel.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil, pembahasan, dan kesimpulan penelitian yang telah dijabarkan, berikut ini saran yang dapat diberikan peneliti yang mudah-mudahan dapat bermanfaat untuk pembaca, peneliti selanjutnya, masyarakat luas, dan Kopi Warsimah.

### 5.2.1 Saran Akademis

1. Untuk peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan mampu dijadikan sumbangan pemikiran atau referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya. Saran yang peneliti berikan adalah untuk melakukan pengumpulan sumber referensi yang banyak agar mampu dijadikan pertimbangan dan pengembangan yang lebih baik.
2. Untuk pembaca, penelitian ini diharapkan mampu dijadikan wawasan pengetahuan terkait dengan strategi promosi dalam membangun kesadaran merek, karena menjadi aspek yang cukup penting dalam ilmu komunikasi terutama komunikasi pemasaran.

### 5.2.2 Saran Praktis

1. Untuk objek penelitian Kopi Warsimah, peneliti berharap agar Kopi Warsimah dapat konsisten dan meningkatkan strategi promosi yang dilakukan untuk membangun kesadaran mereknya. Kopi Warsimah dapat menerapkan beberapa bentuk promosi yang mampu meningkatkan tingkatan kesadaran merek ke tingkat *brand recall* hingga *top of mind* seperti pemasaran langsung dengan menggunakan aplikasi Whatsapp atau SMS, iklan melalui Instagram Ads, promosi melalui akun-akun kuliner populer, dan bentuk promosi lainnya.
2. Untuk masyarakat luas, penelitian ini diharapkan mampu dijadikan sebagai informasi serta pemahaman bagi terutama yang berniat untuk membangun usaha dalam menerapkan strategi promosi untuk membangun dan meningkatkan kesadaran mereknya.