

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan, peneliti mendapatkan kesimpulan mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (*Integrated Marketing Communication*) untuk meningkatkan minat konsumen yaitu *coffee shop* Seven Stones Yogyakarta memiliki strategi IMC yang dilakukan setiap bulannya dengan cara mengadakan *event* dan juga memberikan promosi diskon harga untuk menarik pelanggan. *Coffee shop* Seven Stones menggunakan komponen komunikasi pemasaran seperti pemasaran langsung, penjualan personal, promosi penjualan, periklanan, serta PR ketika memasarkan produk mereka, dan metode ini dianggap sangat efektif dalam meningkatkan minat pengunjung. Strategi IMC yang dapat mendukung kegiatan pemasaran Seven Stones yaitu selalu aktif media sosial yang dimiliki Seven Stones, dan memiliki *content* foto yang menarik dan berbeda dari *coffee shop* lain. Seven Stones lebih berfokus melakukan pemasaran di media sosial terutama *instagram*, karena pemasaran melalui media sosial dianggap lebih berpengaruh dalam mendatangkan pelanggan dan menaikkan omset *cafe*.

### 5.2.Saran

Dari kesimpulan tersebut, peneliti memberi saran dengan tujuan untuk kebajikan dan masukan perusahaan *coffee shop* Seven Stones Yogyakarta dalam mengembangkan strategi IMC yaitu:

1. *Coffee shop* Seven Stones diharapkan bisa menambah pelayanan kepada konsumen, dengan tujuan supaya bisa memberi kepuasan dan kebahagiaan konsumen.

2. Sebaiknya *coffee shop* Seven Stones bisa meneruskan komunikasi pemasaran menggunakan bauran komunikasi pemasaran langsung karena bisa menambah kesadaran konsumen tentang produk *coffee shop* Seven Stones Yogyakarta.
3. Untuk peneliti selanjutnya, sebaiknya untuk menambah wawasan penelitian supaya bisa mendapat informasi yang lebih terperinci tentang variabel yang mempengaruhi minat konsumen.

