

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan penelitian yang telah peneliti bahas secara mendalam mengenai komunikasi pemasaran Jiwani *Coffee* dalam upaya membangun *customer engagement* pada konsumen di Kota Padang, maka dapat disimpulkan sebagai berikut, yaitu:

1. Komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Jiwani *Coffee* sudah diimplementasikan dengan sangat baik dan optimal. Data yang telah peneliti kumpulkan memiliki kesesuaian dengan penerapan *push and pull marketing strategy* yaitu berupa adanya aktivitas pemasaran yang sifatnya “mendorong” dan “menarik” pelanggan untuk memiliki ketertarikan dengan Jiwani *Coffee*. Penerapan *push strategy* yang dilakukan oleh Jiwani *Coffee* yaitu berupa menggunakan kemasan dengan desain yang *simple*, memilih lokasi atau tempat yang strategis, memberikan pelatihan *service excellent* kepada pegawai, menggunakan bahan premium dalam memproduksi produk, dan memberikan harga jual yang sesuai dengan kualitas produk. Sedangkan penerapan *pull strategy* yang dilakukan oleh Jiwani *Coffee* yaitu berupa mengutamakan promosi melalui *word of mouth*. Komunikasi pemasaran yang dilakukan secara konsisten oleh Jiwani *Coffee* mampu membangun dan meningkatkan *customer engagement* bagi pelanggan. Keberhasilan Jiwani *Coffee* dalam membangun *customer engagement*

merupakan bentuk komitmen mereka untuk melayani dan memenuhi kebutuhan pelanggan sebaik mungkin.

2. Terdapat beberapa tahapan dalam terbentuknya *customer engagement* di Jiwani *Coffee*, yaitu dimulai ketika pelanggan mengetahui Jiwani *Coffee* dari rekomendasi teman dan keluarga, lalu pelanggan memiliki ketertarikan dengan produk dan *ambience* dari Jiwani *Coffee*, selanjutnya pelanggan antusias dengan menu baru dan memutuskan untuk mencoba produk. Setelah mencoba produk dan merasakan pengalaman yang menyenangkan, pelanggan akan melakukan pembelian berulang dan memberikan rekomendasi kepada orang-orang disekitarnya. Dari tahapan ini diketahui bahwa Jiwani *Coffee* telah berhasil menciptakan *customer engagement* yang dilihat dengan adanya pelanggan yang datang secara berulang dan adanya hubungan yang terbentuk antara pelanggan dengan merek. *Customer engagement* yang terbentuk di Jiwani *Coffee* tentunya memiliki hubungan dengan aktivitas pemasaran yang dilakukannya.

5.2 Saran

Beberapa rekomendasi dan saran yang bisa peneliti berikan berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Jiwani *Coffee* agar terus mengembangkan dan mempertahankan usahanya, serta selalu melakukan inovasi atau perkembangan terhadap komunikasi pemasaran yang dilakukan sehingga adanya keterbaharuan di waktu yang akan datang.

2. Bagi *Jiwani Coffee* agar senantiasa mengimplementasikan komunikasi pemasaran melalui *push and pull marketing strategy* dikarenakan pendekatan ini memiliki dampak positif yang mampu membangun *customer engagement* pada pelanggan.
3. Bagi sesama pelaku bisnis F&B (*Food and Beverage*) lainnya agar dapat melihat, menerapkan, serta mengadopsi pendekatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh *Jiwani Coffee*, yang mana pendekatan yang digunakan yaitu berupa *push and pull marketing strategy*. Dua pendekatan ini dapat menjadi sebuah landasan dalam upaya mengembangkan bisnis yang mereka miliki.
4. Bagi pelanggan agar senantiasa mengajak orang-orang disekitarnya untuk mengunjungi dan mencoba produk dari *Jiwani Coffee* sebagai bentuk dukungan terhadap pelaku bisnis F&B (*Food and Beverage*) lokal, sehingga dapat membantu perkembangan usaha mereka.
5. Bagi mahasiswa diharapkan dapat melakukan penelitian terkait dengan komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh bisnis F&B (*Food and Beverage*) sehingga penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi yang memiliki manfaat bagi penelitian yang dilakukan.

