

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Nimna Book Café adalah salah satu kafe yang telah berdiri sejak tahun 2016 dan menjadi salah satu kafe yang unik dan menarik karena konsep mini library yang di tawarkannya. Nimna Book Café berdiri di jalan Sukahaji No. 126, Sukarasa, Kec. Sukasari, Kota. Bandung. Kafe ini memanfaatkan beberapa saluran berbasis internet dalam memperkenalkan serta mempromosikan tempatnya. Hal tersebut bertujuan menjangkau calon konsumen lebih luas sesuai dengan perkembangan jaman dimana masyarakat saat ini banyak menggunakan media berbasis internet dalam kesehariannya.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan serta beberapa teori dan penjelasan yang telah dipaparkan mengenai pengaruh multichannel marketing berbasis internet terhadap keputusan pembelian konsumen di Nimna Book Cafe Kota Bandung, maka peneliti dapat menyimpulkan:

- a. *Multichannel marketing* berbasis internet dapat diidentifikasi dengan melihat kuantitas media yang digunakan serta memuat informasi tentang Nimna Book Cafe pada media berbasis internet. Kuantitas media yang digunakan akan berfungsi untuk memperkenalkan serta menarik minat konsumen dengan skala yang lebih luas, karena setiap individu memiliki kecenderungan yang berbeda-beda dalam menggunakan media berbasis internet. Seluruh pernyataan terkait multichannel marketing memiliki nilai rhitung lebih besar dibanding dengan rtabel. Pernyataan dengan nilai tertinggi didapat pada pernyataan tingkat rasa terfasilitasi konsumen saat melakukan pencarian serta terhubung dengan Nimna Book Cafe sedangkan nilai terendah di dapat pada pernyataan konsumen dapat melihat informasi terkait Nimna Book Cafe kapanpun karena website serta media sosial Nimna Book cafe terbuka 24 jam.
- b. Keputusan pembelian di Nimna Book Café menunjukkan hasil positif dimana seluruh pernyataan memiliki hasil rhitung lebih besar dari rtabel

- c. dengan nilai terbesar diperoleh pada pernyataan tingkat kepercayaan konsumen membeli produk di Nimna Book Cafe karena percaya dengan rasa dan kualitas serta nilai terendah berada pada pernyataan jumlah pembelian menu sebanyak tiga menu saat berkunjung di Nimna Book Cafe.
- d. Multichannel marketing memiliki arah serta pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Multichannel marketing juga mempengaruhi keputusan pembelian secara signifikan dan sudah dianggap mampu menjelaskan *variable dependent* yaitu keputusan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dirasa dapat diterapkan dalam rangka memaksimalkan serta mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu:

A. Bagi Nimna Book Cafe

1. Melakukan pengamatan kembali, Nimna Book Café dapat melihat Kembali bagaimana *trend* pasar terbaru dengan tujuan memaksimalkan manajemen pemasaran yang telah diterapkan sebelumnya. Hal tersebut dapat dilakukan secara langsung ataupun dengan bantuan media internet dengan harapan bisa meningkatkan *traffic* pemasaran serta memperbesar pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Memperhatikan STP (*segmenting, targeting, positioning*), konsumen Nimna Book Café didominasi oleh perempuan dewasa awal hingga lanjutan dan mayoritas masih berprofesi sebagai mahasiswa. Berdasarkan data tersebut penulis memberi pandangan alangkah baiknya jika dilakukan peninjauan dan atau penyesuaian kembali harga produk serta menambah/mengganti beberapa produk yang cocok dinikmati sesuai tema kafe dan familiar sesuai dengan trend produk pada kafe di Indonesia secara umum tanpa menghilangkan autentisitas Nimna Book Café. Berikut terlampir beberapa produk beserta food cost analysis yang telah penulis sajikan yang dapat di terapkan di Nimna Book Café.

3. Melakukan promosi dengan harga produk. Hal tersebut dapat dilakukan dengan promo bundling antara produk dengan margin yang rendah dan produk bermargin tinggi sehingga terjadi substitusi pada umumnya berupa paketan makanan dengan minuman. Selain bundling juga dapat digunakan terhadap produk daya jual tinggi dan rendah sehingga dapat membantu mengurangi *waste* dari produk dengan daya jual rendah. Promo tersebut hadir dengan pertimbangan yang diperoleh pada hasil penelitian pada variabel keputusan pembelian yang menunjukkan nilai terendah didapat pada pernyataan jumlah pembelian menu sebanyak tiga menu. Hal tersebut menjadi indikasi kurangnya minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan bisa karena harga, jenis ataupun kuantitas makanannya.
4. Menjaga interaksi terhadap konsumen dengan membuat konten secara berkala pada media berbasis internet terutama media sosial seperti instagram salah satu platform dengan *traffic* yang besar, hal tersebut dapat mempengaruhi audience menjadi selalu teringat dengan Nimna Book Café dimana selanjutnya akan mempengaruhi keputusan pembelian karena keputusan pembelian bisa terbentuk dengan banyaknya interaksi yang dilakukan secara berulang .
5. Membuat ikatan dengan konsumen, bisa dilakukan dengan *membershipcard* dengan keuntungan setiap beberapa kali kunjungan akan mendapat potongan harga atau produk secara percuma. *Membershipcard* juga dapat membantu kafe memantau seberapa banyak dan seberapa sering pelanggan kita berkunjung, dapat membantu memastikan *services* kafe berjalan dengan baik karena biasanya pelanggan setia akan selalu jujur dan memberikan *feedback*.

B. Bagi pemerintah

1. Memperhatikan serta mendukung kafe yang menyediakan fasilitas baca terutama kafe sejenis Nimna Book Cafe yang secara khusus memberikan akses untuk membaca serta meminjam buku bagi para pelanggannya

2. Membentuk wisata literasi dengan bekerjasama bersama pemilik tempat hiburan/komersil yang menyediakan fasilitas baca dengan harapan dapat turut meningkatkan indeks minat membaca di Indonesia.

C. Bagi peneliti selanjutnya

1. Menambahkan variabel yang akan diteliti dengan tujuan agar dapat memaksimalkan dan memperluas cakupan wawasan dalam pemanfaatan strategi pemasaran beserta hasilnya.
2. Menambah jumlah sampel agar penelitian menjadi lebih kompleks dan memberikan hasil yang lebih maksimal dan detail.