

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Pada saat ini pandemic covid-19 masih berlangsung mengakibatkan pelaku usaha ini yaitu Masalalu café Duren Sawit berdampak dalam segi pemasukan penjualan karena adanya larangan makan di tempat. Sementara pemasukan pembelian menggunakan ojek online dirasa kurang efektif karena orang biasanya ingin menikmati tempat pada Masalalu café secara langsung. Maka dari itu penulis membuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Bauran Pemasaran terhadap produk (X1) dengan variabel bebas dalam kategori produk makanan dan minuman beragam serta produk makanan dan minuman yang berkualitas sudah sesuai standar yang ada baik oleh perusahaan maupun dari pelanggan yang berkunjung ke Masalalu café.
2. Bauran Pemasaran terhadap harga (X2) dengan variabel bebas dalam kategori kesesuaian harga makanan dan minuman terjangkau bagi konsumen termasuk memenuhi dan kesesuaian harga produk makanan dan minuman yang dijual bisa dibilang sudah sesuai standar bagi pengunjung karena harga di Masalalu ini terjangkau untuk golongan pelajar/mahasiswa dan juga jangkauan Jakarta Timur.
3. Bauran pemasaran terhadap tempat (X3) dengan variabel bebas dalam kategori lokasi masalalu café mudah dijangkau konsumen sudah sangat baik karena letaknya pada daerah tengah kota Jakarta Timur dan banyak kendaraan yang bisa dilalui walaupun bukan di pinggir jalan besar.

4. Bauran pemasaran pada promosi (X4) dengan variabel bebas dalam kategori promosi cukup baik dan diterima pelanggan karena konten promosi di sosial media Instagram @masalaluofficial menarik sering diadakannya konten games dibarengi dengan konten giveaway menu menjadikan pengikut tahu hal baru dari Masalalu café dan juga konten tiktok sering muncul di fyp.
5. Bauran pemasaran terhadap proses(X5) dengan variabel bebas dalam kategori sangat baik pada kemudahan dalam melakukan pemesanan menu dan proses transaksi juga karyawan yang ramah menjadikan konsumen betah dan mau berkunjung lagi ke Masalalu café.
6. Bauran pemasaran terhadap orang atau SDM(X6) pada Masalalu café untuk kebersihan sangat bagus dan sesuai standar menurut pelanggan. Sikap pegawai sudah sesuai standar yang diberikan untuk melayani konsumen karyawan pun menjelaskan jika pelanggan bertanya tentang suatu hal yang pelanggan tidak mengetahui tentang suatu produk tersebut. Pada masa pandemic karyawan sudah di vaksin semua dan sesuai protocol covid-19
7. Bauran pemasaran terhadap bukti fisik(X7) pada penataan ruangan rapi dan menarik sesuai standar SOP yang sudah dibuat Masalalu café dan konsumen pun setuju akan hal tersebut. Pada masa pandemic Masalalu café menerapkan *physical distancing* dengan cara berjaga jarak dan dibatasi total pengunjung.

## 5.2 Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan, penulis sekaligus peneliti merekomendasikan saran pada Masalalu café Duren Sawit untuk

untuk meningkatkan lagi loyalitas pelanggan dan mempertahankannya dan harus memikirkan strategi pada bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi, proses, orang, dan bukti fisik) agar semakin banyak yang melakukan pembelian ulang dan terciptanya *loyal customer* berikut adalah saran:

1. Hasil penelitian pada produk menyatakan produk penyajian makanan minuman menarik mendapat skor rendah karena menurut pelanggan nilai ke estetikaan pada produk Masalalu masih belum memenuhi standart untuk bisa dibilang menarik perhatian. Pada pihak Masalalu Café Duren Sawit agar membuat standar untuk mengkaji ulang penataan makanan, pemilihan warna yang sesuai dan pemilihan packaging pada menu makanan dan minuman.
2. Hasil penelitian pada harga sudah sesuai standar bagi pelanggan. namun Masalalu perlu adanya diskon atau cashback agar menambah ketertarikan pengunjung untuk pembelian produk dan terciptanya loyalitas.
3. Hasil penelitian pada tempat sudah sesuai namun pada pihak Masalalu café perlu mempertimbangkan akses parkir Masalalu café karena melihat dari searching via review google dan melihat secara langsung menemukan konsumen mengeluh sulit mendapatkan tempat parkir karena selalu ramai namun lahan parkir belum tersedia dengan baik. Khususnya pada parkir mobil.
4. Hasil penelitian pada promosi skor terendah dari 3 bulir pernyataan skor paling rendah di dapat pada situs web Masalalu yang menarik. Pada pihak Masalalu café perlu melakukan *updated* konten yang menarik lagi karena penulis melihat terakhir membuat artikel di web itu pada bulan februari 2021.
5. Hasil penelitian pada proses skor terendah ada di kecepatan dalam melayani konsumen. Pada pihak

Masalalu café agar sering melakukan review terhadap kinerja karyawan atau memberi informasi terhadap waktu pengolahan kepada konsumen.

6. Hasil penelitian pada orang skor paling rendah didapatkan pada karyawan memiliki wawasan dalam menawarkan produk yang ditawarkan. Pada pihak Masalalu Café perlu melakukan interaksi dengan pengunjung mungkin karena sistem *self service* jadi ikatan pengunjung dan pegawai kurang terikat
7. Hasil penelitian bukti fisik sudah sangat baik namun pada pihak Masalalu café perlu sigap dalam hal membersihkan kemasan makanan pada tiap meja yang sudah kosong karena masih banyak orang yang belum mengerti konsep *self service* dan mungkin perlu adanya himbauan dari Masalalu café.