

BAB IV

PENUTUP

1.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya, maka kesimpulannya adalah:

1. Bentuk pelaksanaan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah konsumen di Latera Del Caffe adalah menyediakan produk yang berkualitas dan bervariasi, menentukan harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas makanan maupun minuman yang ditawarkan, memilih lokasi yang mudah diakses dengan sarana dan prasarana yang memadai, melakukan promosi melalui media sosial, memberikan tugas sesuai dengan kemampuan karyawan dan mengadakan evaluasi mingguan terhadap kinerja karyawan, menyediakan mekanisme atau prosedur pelayanan yang jelas, serta menyediakan sarana dan prasarana yang memadai.
2. Kendala dalam melaksanakan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah konsumen di Latera Del Caffe adalah munculnya kompetitor dalam usaha yang serupa, serta persaingan harga antara Latera Del Caffe dengan *coffee shop* lainnya.
3. Solusi untuk mengatasi kendala dalam implementasi strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah konsumen di Latera Del Caffe dilakukan dengan mengadakan *live music* setiap hari, mengadakan event-event menarik, serta mengadakan promo.

1.2. Saran

Saran dari laporan ini sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada Latera Del Caffe agar terus melakukan strategi pemasaran dengan baik, sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dan jumlah kunjungan konsumen semakin meningkat.
2. Sebaiknya pihak Latera Del Caffe melakukan upaya untuk mengatasi kendala dalam melaksanakan strategi pemasaran, seperti melakukan strategi yang tidak mudah ditiru oleh kompetitor, menyajikan layanan yang sedikit berbeda dengan *coffee shop* lainnya, serta tetap menyesuaikan harga dengan kualitas makanan dan minuman yang dijual.