BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang dilaksanakan Loops Cafe Yogyakarta selama ini yaitu menciptakan loyalitas konsumen dan meningkatkan mutu produk dan pelayanan dengan menyelenggarakan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan karyawan.
2. Strategi pemasaran yang perlu dilakukan Loops Cafe Yogyakarta, yaitu:
   a. Strategi S-O *(Strength-Opportunity)*
      1) Meningkatkan volume penjualan dengan menambah saluran distribusi seperti membuka cabang.
      2) Peningkatan variasi produk dengan penganekaragaman menu melalui inovasi produk.
   b. Strategi W-O *(Weakness-Opportunity)*
      1) Mengadakan pelatihan SDM untuk meningkatkan kualitas manajerial dengan penerapan *job description* yang jelas dan terarah.
      2) Melakukan pencatatan keuangan secara akuntansi dengan memanfaatkan teknologi yang ada.

c. Strategi S-T (*Strength-Threat)*

Meningkatkan loyalitas pegawai untuk bertahan dalam persaingan industri.

d. Strategi W-T *(Weakness-Threat)*

1) Meningkatkan fasilitas berupa penyediaan sarana parkir.
2) Pembuatan sertifikasi halal dari MUI untuk kepercayaan informasi kualitas produk yang diberikan kepada konsumen.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian ini dapat diberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Loops café sebaiknya lebih fokus pada pasar sasaran tertentu seperti pada pelajar dan mahasiswa.
2. Mempelajari trend gaya hidup kaum muda, sehingga mampu melakukan inovasi dalam penampilan maupun penyediaan menu yang diminati oleh kaum muda.
3. Melakukan survey kepuasan pelanggan untuk mendapatkan masukan yang diperlukan dari pelanggan demi tumbuh dan berkembangnya usaha café di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. 2009, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Buchory, Achmad Herry dan Djaslim Saladin. 2010. *Manajemen Pemasaran*: Bandung:Linda Karya

Handoko, T. Hani, 2010. *Manajemen*, Yogyakarta: BPFE

Hartono, H., Karyana Hutomo, dan Marshelia Mayangsari. 2012. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan" Dengan Menetapkan Alumni Dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian. *Jurnal*. Binus Business Review Vol. 3 No. 2 November 2012: 882-897

Kotler, Philip. 2010 *Manajemen Pemasaran***.** Jakarta. Bumi Akasara

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.

Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.

Kurtz, David L. 2008. *Pengantar Bisnis Kontemporer*, Jakarta: Salemba Empat.

Moleong, Lexy J. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Palmer, Adrian. 2009 *Principles of Service Marketing.* United States of America. McGrawHill

Rangkuti, Fredy. 2010. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Rismiati, Catur E., dan Suratno, Ig. Bondan, 2008, *Pemasaran Barang dan Jasa*, Yogyakarta: Kanisius

Soekresno. 2009. *Manajemen Food and Beverage***.** Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sukarna, 2010. *Dasar-dasar Manajemen*, Bandung: Mandar Maju.

Swastha Basu dan Sukotjo. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.

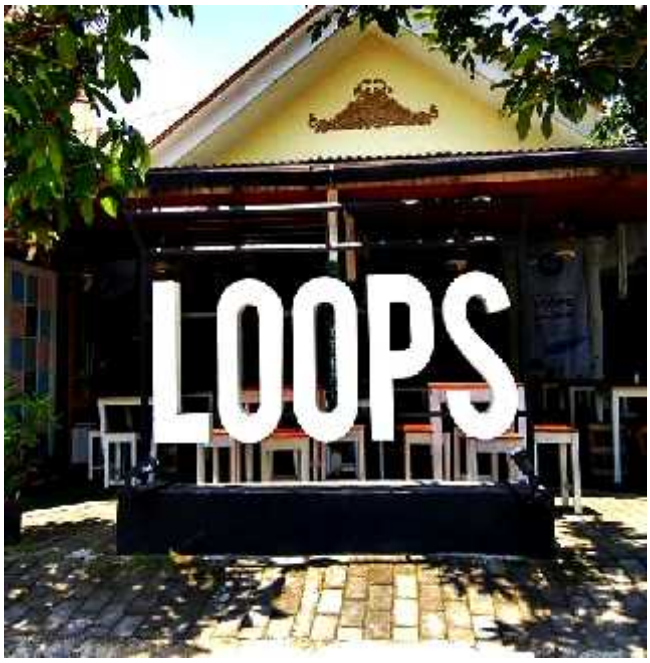
Tjiptono, Fandy. 2009. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi. Offset

----------, 2010. *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta : Andi. Offset.

Widjaya A.W., 2010. *Perencanaan Strategis sebagai Fungsi Manajemen*, Jakarta: Bina Aksara

LAMPIRAN

Loops Cafe



Pemilik Loops Cafe

Dapur

Area Parkir

Kasir

Pengunjung