BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian Toko Kopi Janji Joni memiliki strategi pemasaran dan daya tawar produk yang unggul, serta konsep ruang yang cukup jarang ditemui. Dimana ia memiliki lokasi yang *hidden gem* (tempat tersembunyi), dan menawarkan *konsep Coffee street*, dimana pelanggan dapat menikmati kopi di pinggir jalan, jika pelanggan beruntung atau datang diwaktu yang tepat akan menemukan sensasi minum kopi dengan suguhan pemandangan sawah, gunung welirang dan penanggungan dan gradasi warna langit yang indah.

Berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan, Toko Kopi Janji Joni telah menjalankan tahapan-tahapan strategi pemasaran dan memiliki strategi bauran pemasaran yang berbeda-beda untuk menarik konsumennya. Toko Kopi Janji Joni ini memiliki keunggulan pada variabel produk, harga, distribusi, dan promosi.

Ditinjau dari beberapa tahapan Komunikasi Interpersonal versi Mark Knapp yakni inisiatif dibangun oleh Barista maka jelas sekali bahwa Barista menggunakan *Hospitality Service* untuk menyambut baik pelanggan. Lalu *Hospitality Service* juga mampu memberi dampak kepada pelanggan untuk meningkatkan interaksi dan memberi kepercayaan kepada Barista, sehingga tercipta daya tarik, minat dan persepsi konsumen bahwa toko kopi janji jonimenawarkan olahan kopi dengan pelayanan yang mengunggulkan sopan santun dan ramah tamah manajemen *(hospitality service).*

B. Saran

Setelah melakukan penelitian ini dengan judul "Komunikasi Interpersonal Barista Dalam Memberikan Pelayanan Melalui *Hospitality Service* (Studi Pada Toko Kopi Janji Joni Mojokerto)", peneliti ingin mencantumkan beberapa saran sebagai berikut.

1. Bagi Pemilik Toko Kopi, diharapkan dapat meningkatkan fasilitas umum dan kebersihan sebagai poin plus pelayanan dalam *usaha food n beverage*, selain itu keramahan seluruh karyawan juga menjadi tolak ukur kepuasan pelanggan.
2. Bagi masyarakat luas, diharapkan dapat mulai mencintai produk lokal, bahwa brand lokal memiliki nilai kearifan lokal, budaya minum kopi sambil bercengkerama dengan pelanggan yang lain.