

BAB 4

KESIMPULAN

4.1. Kesimpulan

Hasil penelitian kombinasi dengan model triangulasi teknik bahwa CV Kopisiologi Indonesia masih belum cukup baik dalam menentukan strategi lokasi terhadap *brand positioning* berdasarkan penelitian dan analisis yang dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Selama 6 bulan berjalan kopisiologi sudah melakukan beberapa upaya untuk meningkatkan volume penjualan seperti pemberian *discount, coupons, promotion packs, loyalty card* akan tetapi strategi pemasaran yang sudah dilakukan ini belum terlalu maksimal dan benefit yang diberikan kepada konsumen tidaklah banyak.
2. Berdasarkan data hasil terdapat perbedaan signifikan pada indikator lokasi seperti *sense of place, identity, visual image* dan *growth* dimana tempat lama dapat dinyatakan lebih baik daripada tempat baru sehingga Kopisiologi juga belum bisa memaksimalkan penjualan.
3. Berdasarkan data hasil dari *brand positioning* di dapatkan faktor seperti *communicating category benefits, category, competitive, correlational* dan *desirability* mempunyai hasil yang tinggi di tempat lama dibanding tempat baru hal ini dapat dinyatakan tempat baru masih memiliki banyak kekurangan dalam *brand positioning*.

4. Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan mencari data melalui dokumen diketahui bahwa keputusan pemilihan lokasi terhadap *brand positioning* masih jauh lebih baik di tempat lama mereka yang berada di Jl. Cigadung selatan no 3A dibandingkan tempat baru mereka di Jl. Jawa no 38

4.2. Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan tersebut dapat diberikan saran untuk CV Kopisiologi Indonesia sebagai berikut;

1. Memfokuskan strategi pemasaran yang lebih banyak dan bervariasi diskonnya agar konsumen lama maupun calon konsumen baru dapat merasakan manfaat atau nilai yang lebih dibandingkan kompetitor lainnya.
2. Kolaborasi dengan pihak lain yang mempunyai hubungan mendalam antara konsumen maupun perusahaan seperti halnya yang pernah dilakukan kopisiologi di tempat lama dengan mengadakan acara untuk anak anak *indie*. Hal ini perlu dilakukan agar konsumen dapat memiliki pengalaman yang baik akan *brand* kopisiologi.
3. Harga yang diberikan juga dapat bervariasi khusus untuk konsumen lama sehingga mereka dapat merasakan bahwa mereka tidak dilupakan namun konsumen lama tetap dilibatkan.
4. Melakukan inovasi pada tempat baru CV Kopisiologi Indonesia untuk meningkatkan *sense of place, identity* dan juga memberikan nilai tambah untuk konsumen terhadap tempat.

5. Promosi yang dilakukan harus lebih banyak dari pada sebelumnya dan juga memasarkan lokasi baru kopisiologi agar calon konsumen dapat melihat *benefit* dari sosial media.

4.3. Implikasi

Dari hasil penelitian tentang perbandingan perpindahan pemilihan strategi lokasi terhadap *brand positioning* CV Kopisiologi Indonesia maka dapat dikemukakan implikasi sebagai berikut:

1. Faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah dengan mengkaji kembali dan memperbaiki beberapa faktor dari *brand positioning* yang masih belum baik seperti pematangan konsep maupun memperbaiki fasilitas sarana dan prasarana konsumen.
2. Menjaga hubungan baik dengan konsumen maupun pegawai dimana dengan menjaga hubungan ini diharapkan dapat mencapai apa yang perusahaan tujukan
3. Pemenuhan indikator *brand positioning* agar perusahaan dapat mempunyai ciri khas yang lebih banyak dalam menjangkau pasar yang lebih luas seperti memberikan acara untuk beberapa komunitas maupun memberikan diskon spesifik untuk konsumen lama kopisiologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, R. 2004. *Metodologi penelitian sosial dan hukum*. Jakarta: granit.
- Alhamid, T., & Anufia, B. 2019. Instrumen Pengumpulan Data. *Instrumen Pengumpulan Data*, 2.
- Azmat, M., & Lakhani, A. S. 2015. Impact of Brand positioning strategies on consumer standpoint (A consumer's Perception) . *Journal of Marketing and Consumer Research*, 110.
- David, F. R. 2006. *Strategic Management*. Salemba.
- Firmansyah, R. 2020, may 22). *Daftar Perusahaan yang PHK Karyawan karena Corona: KFC hingga Traveloka*. Retrieved from Kumparan.com: <https://kumparan.com/kumparanbisnis/daftar-perusahaan-yang-phk-karyawan-karena-corona-kfc-hingga-traveloka-1tSk42pFZ0v>
- Idham, A. M. (2019, Desember 29). *Daftar 10 Kota Wisata Terpopuler 2019 versi TripAdvisor*. Retrieved from Tirto.id: <https://tirto.id/daftar-10-kota-wisata-indonesia-terpopuler-2019-versi-tripadvisor-epEc>
- Mardalis. 2007. *Metode penelitian suatu pendekatan proposal*. Jakarta: Bumi aksara.
- Michael Levy, B. A. 2007. *Retailing Management*. Hill International.: McGraw-Hill Higher Education.
- Misbach, I. 2013. Pengukuran Dalam Penelitian Sosial . *Jurnal Berita Sosial*, 1.
- Murdifin Haming, M. N. 2007. Manajemen produksi modern operasi manufaktur dan jasa. In M. Haming, *Manajemen produksi modern operasi manufaktur dan jasa* (pp. 149-153). Jakarta: Bumi aksara.
- Philip, K., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Terjemahan Bob Sabaran. Jakarta: Erlangga.
- Pranita, E. (2020, november 11). *Diumumkan Awal Maret, Ahli: Virus Corona Masuk Indonesia dari Januari* Artikel ini telah tayang di *Kompas.com*

dengan judul "Diumumkan Awal Maret, Ahli: Virus Corona Masuk Indonesia dari Januari", Retrieved from kompas.com: <https://www.kompas.com/sains/read/2020/05/11/130600623/diumumkan-awal-maret-ahli--virus-corona-masuk-indonesia-dari-januari>

PT Astra Welab Digital Arta. (2020, may 5). *Dampak Covid-19 Terhadap Sektor UKM di Indonesia*. Retrieved from maucash.id: <https://maucash.id/dampak-covid19-terhadap-bisnis-usaha-kecil-menengah-ukm-di-indonesia>

Sasongko, A. H., Umar, A., Aguzman, G., & Sugiharto. 2016. Strategi Pengembangan Bisnis Pada Bisnis Pariwisata. *Strategi Pengembangan Bisnis Pada Bisnis Pariwisata*, 129.

Rbayulia. 2013. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Terhadap Tingkat Penjualan Pada Usaha Jasa Mikro-Kecil.

Somantri. 2005, Dec 01. Memahami Metode Kualitatif. *Jurnal Makara Sosial Humaniora*, 9, 2.

Sugiyono, P. D. 2004. Metode Penelitian Bisnis . Alfabeta.

Sugiyono. 2005. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2021. Metode penelitian kualitatif. In sugiyono, *Metode Penelitian kualitatif* (p. 114). bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2021. Metode Penelitian Kualitatif. In Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (p. 132). Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F., & Chandra, G. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.

Umar, A., Sasongko, A. H., Aguzman, G., & Sugiharto. 2016. Strategi Pengembangan Bisnis Pada Bisnis Pariwisata. *Strategi Pengembangan Bisnis Pada Bisnis Pariwisata*, 129.