

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan dari hasil penemuan penelitian yang didapatkan, peneliti dapat melihat adanya strategi implementasi *Community Relations* yang dilakukan oleh Tomoro Coffee sehingga dapat dikatakan bahwa Tomoro Coffee menerapkan strategi berbasis *community relations*. Tomoro Coffee sebagai kedai kopi memainkan peran penting dalam menetapkan loyalitas konsumen. Tomoro Coffee menggunakan strategi *community relations* dan dapat menuju komunitas FLC Youth dengan baik selaku target, sehingga adanya berbagai macam jabaran strategi dari Tomoro Coffee yakni pertama, adanya budaya yang dibawa oleh komunitas FLC Youth menjalin ikatan emosional dengan Tomoro Coffee. Kedua, Tomoro Coffee telah menetapkan tujuannya sebagai “rumah kedua” untuk komunitas tersebut. Ketiga, Tomoro Coffee membantu perkembangan anggota komunitas karena Tomoro Coffee menerapkan strategi yang dapat membuat menambahnya anggota komunitas yang mengikuti kegiatan. Keempat, Tomoro Coffee yang memberikan kebebasan dan kepedulian dalam kegiatan komunitasnya. Kelima, produk yang ditujukan untuk Komunitas FLC Youth dari Tomoro Coffee dianggap cocok karena dapat di-*purchase* pada saat komunitas melakukan kegiatan. Keenam, Tomoro Coffee melakukan evaluasi berupa pengukuran untuk memonitor kinerjanya untuk meningkatkan pelayanan dan kualitasnya dengan mengajukan pertanyaan lisan kepada komunitas FLC Youth. Dengan strategi *community relations* yang dapat dilakukan oleh Tomoro Coffee ini, berhasil membuat komunitas FLC Youth terus melakukan *repeat order* sehingga memunculkan *customer loyalty* yang membuat komunitas FLC Youth terus melakukan kegiatan komunitas secara rutin dan konsisten di Tomoro Coffee Pondok Indah Mal 3.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian “Strategi *Community Relations* Tomoro Coffee terhadap loyalitas konsumen generasi Z (*FLC Youth Community*) berikut terdapat beberapa saran untuk mengembangkan penelitian ini.

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan metode kuantitatif supaya mengetahui pengaruh strategi *community relations* Tomoro Coffee terhadap kalangan generasi Z penikmat *coffee shop*. Hal ini bertujuan untuk menggali secara komprehensif mengenai komunitas generasi Z penikmat *coffee shop*.

5.2.2 Saran Praktis

Dalam penelitian ini terdapat saran yang ditujukan kepada pihak Tomoro Coffee PIM 3 dan komunitas FLC Youth sebagai informan yang telah memberikan perspektif mengenai strategi *community relations*, pihak Tomoro Coffee dan komunitas FLC Youth telah melaksanakan langkah pemetaan konsep dengan baik, namun bahasa yang digunakan bisa lebih eksploratif dan ilmiah agar hasil pemetaan konsep lebih eksploratif.

