BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran Dagger Vapestore tidak hanya berfokus pada aspek promosi dan kualitas produk, tetapi juga menekankan pada kenyamanan pelanggan dan pengalaman berbelanja (in-store experience) sebagai faktor utama dalam mendorong pembelian ulang. Strategi ini menjadi pembeda utama Dagger Vapestore dibandingkan dengan toko vape lainnya di tengah persaingan industri yang semakin ketat.

Berdasarkan temuan lapangan, kenyamanan pelanggan dibangun melalui pelayanan yang bersifat personal, interaktif, dan komunikatif. Vaporista tidak hanya berperan sebagai tenaga penjual, tetapi juga sebagai konsultan produk yang memahami kebutuhan konsumen. Pendekatan ini menciptakan hubungan yang lebih dekat antara pihak toko dan pelanggan, sehingga konsumen merasa dihargai dan diperhatikan. Hal tersebut sejalan dengan konsep relationship marketing yang menekankan pentingnya hubungan jangka panjang antara perusahaan dan konsumen.

Selain pelayanan, pengalaman berbelanja di dalam toko (in-store experience) menjadi salah satu kekuatan utama strategi pemasaran Dagger Vapestore. Suasana toko yang nyaman, penataan produk yang rapi, serta interaksi yang menyenangkan antara vaporista dan konsumen menciptakan pengalaman berbelanja yang positif. Pengalaman tersebut tidak hanya memengaruhi keputusan pembelian saat itu, tetapi juga membentuk kesan dan memori positif yang mendorong konsumen untuk kembali berkunjung di kemudian hari.

Hasil wawancara dengan konsumen memperkuat temuan ini, di mana konsumen menyatakan bahwa kenyamanan dan pengalaman berbelanja yang menyenangkan menjadi alasan utama mereka memilih dan tetap loyal terhadap Dagger Vapestore. Konsumen merasa lebih percaya dan nyaman berbelanja di

Dagger dibandingkan toko lain, sehingga tercipta kecenderungan pembelian ulang dan rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth).

Strategi pemasaran berbasis kenyamanan pelanggan dan pengalaman instore yang personal ini terbukti berkontribusi terhadap keberhasilan Dagger Vapestore dalam mempertahankan pelanggan serta mendukung proses ekspansi usaha. Dengan mengutamakan kepuasan dan hubungan jangka panjang dengan konsumen, Dagger Vapestore tidak hanya mampu meningkatkan penjualan, tetapi juga memperkuat posisi merek di pasar vape yang kompetitif.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan strategi pemasaran Dagger Vapestore tidak semata-mata ditentukan oleh promosi dan kualitas produk, melainkan oleh kemampuan perusahaan dalam menciptakan pengalaman berbelanja yang nyaman, personal, dan berkesan bagi konsumen Penelitian ini juga menunjukkan bahwa keberhasilan Dagger Vapestore Bekasi dalam meningkatkan penjualan tidak lepas dari kemampuannya menyatukan strategi pemasaran konvensional dengan pendekatan emosional yang personal. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

Penerapan Bauran Pemasaran (4P) yang Tepat Sasaran: Dagger Vapestore berhasil mengelola empat pilar utama bisnisnya dengan sangat baik. Toko ini menyediakan produk yang variatif dan original *(Product)*, menetapkan harga yang bersaing di pasar Bekasi (*Price)*, memilih lokasi yang mudah dijangkau *(Place)*, serta aktif melakukan promosi di media sosial (*Promotion*). Keempat elemen ini bekerja secara simultan sebagai daya tarik utama bagi calon pembeli.

Berdasarkan penerapan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Dagger Vapestore, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan perkembangan dan ekspansi usaha ritel tidak hanya ditentukan oleh jenis produk yang dijual, tetapi lebih pada efektivitas strategi pemasaran dan pengelolaan hubungan dengan pelanggan. Integrasi antara komunikasi pemasaran yang konsisten, penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P yang tepat, serta strategi pemuasan pelanggan yang

berorientasi pada pengalaman konsumen terbukti mampu mendorong pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

Keberhasilan tersebut menunjukkan bahwa pendekatan pemasaran yang menekankan kualitas pelayanan, transparansi harga, pemanfaatan media sosial, serta penciptaan pengalaman berbelanja yang nyaman dapat membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Loyalitas ini pada akhirnya menjadi faktor kunci yang mendorong terjadinya pembelian ulang, rekomendasi dari mulut ke mulut, dan perluasan jaringan usaha. Oleh karena itu, strategi yang diterapkan oleh Dagger Vapestore dapat dijadikan model adaptif bagi usaha ritel di luar industri vape dalam upaya mencapai perkembangan dan ekspansi bisnis yang signifikan.

Komunikasi Pemasaran yang dibangun melalui pelayanan yang baik bukan sekadar menawarkan barang, melainkan memberikan edukasi.

Keunggulan dalam Pemuasan Konsumen: Strategi ini menjadi pembeda utama Dagger Vapestore dengan toko lainnya. Melalui *Relationship Marketing*, mereka membangun komunitas yang solid. Hal ini diperkuat dengan *Superior Customer Service* dari para staf yang ramah dan ahli, serta adanya *Extraordinary Guarantee* atau garansi luar biasa yang memberikan jaminan keamanan bagi konsumen. Gabungan ketiganya menciptakan rasa puas yang membuat pelanggan tidak hanya datang sekali, tetapi menjadi pelanggan setia.

5.2 Saran

Sebagai upaya pengembangan di masa depan, penulis merumuskan beberapa saran sederhana namun strategis:

1. Untuk Dagger Vapestore Bekasi

   Menjaga Konsistensi Pelayanan, Mengingat pelayanan atau service yang baik adalah kekuatan utama, manajemen perlu terus memberikan pelatihan bagi staf agar standar keramahan dan pengetahuan produk tetap terjaga seiring bertambahnya jumlah pelanggan.

Memanfaatkan Data Pelanggan, Disarankan untuk mulai mendata preferensi pelanggan (seperti rasa *liquid* favorit) secara lebih rapi. Hal ini berguna agar promosi yang dikirimkan lewat media sosial terasa lebih personal dan sesuai dengan kebutuhan masing-masing individu.

Memperkuat Program Komunitas, Dagger Vapestore bisa sesekali mengadakan acara kumpul komunitas secara rutin untuk mempererat hubungan (*Relationship Marketing*) agar pelanggan merasa memiliki ikatan batin dengan toko, bukan sekadar hubungan jual-beli.

2. Untuk Pemilik Usaha Retail

   Bagi pelaku usaha ritel di luar industri vape, disarankan untuk mengadopsi strategi pemasaran yang berfokus pada integrasi bauran pemasaran 4P secara efisien dan kontekstual. Pelaku usaha perlu memastikan bahwa produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang konsisten dan relevan dengan kebutuhan pasar sasaran, disertai dengan penetapan harga yang kompetitif serta transparan agar dapat membangun kepercayaan konsumen.

   Selain itu, pemanfaatan komunikasi pemasaran berbasis digital, khususnya media sosial, perlu dioptimalkan sebagai sarana promosi dan interaksi dengan pelanggan. Komunikasi yang aktif, informatif, dan bersifat dua arah dapat meningkatkan kedekatan emosional antara konsumen dan merek. Di sisi lain, penciptaan pengalaman berbelanja yang nyaman melalui tata ruang toko, pelayanan yang ramah, serta pemberian nilai tambah berupa layanan purna jual atau jaminan tertentu dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan.

3. Untuk Peneliti Selanjutnya

   Fokus pada Loyalitas: Peneliti berikutnya disarankan untuk menggali lebih dalam tentang faktor apa yang paling dominan membuat pelanggan tetap setia di tengah munculnya banyak vapestore baru di wilayah Bekasi.

Dampak Regulasi, Menarik juga untuk meneliti bagaimana Dagger Vapestore beradaptasi jika ada perubahan aturan pemerintah mengenai cukai atau batasan iklan vape di masa depan.