

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini merupakan bagian terakhir dari laporan yang telah disusun. Pada bab ini berisikan kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian yang telah dilakukan yang akan menjawab tujuan dari penelitian. Pada bab ini juga akan diberikan saran-saran untuk penelitian selanjutnya. Berikut merupakan kesimpulan serta saran dari penelitian yang dilakukan.

V.1 Kesimpulan

Pada bagian ini akan dipaparkan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan yaitu mengenai diferensiasi harga penjualan es kopi susu dari Kedai Kreasi kopi. Kesimpulan dari penelitian ini, menjawab rumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya. Berikut merupakan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan.

1. Dari hasil pengumpulan data yang telah dilakukan, bahwa dibagi menjadi tiga segmen. Segmen pertama yaitu disebut dengan "Sore Santai" dimana pada segmen ini sensitif terhadap promo yang diberikan ketika sore hari. Segmen kedua yaitu disebut dengan "Pria Pencari Kopi Murah" dimana pada segmen ini sensitif terhadap harga yang es kopi susu yang murah, dan didominasi oleh pria. Segmen ketiga yaitu disebut dengan "Wanita Pencari Kopi Murah" dimana pada segmen ini sensitif dengan harga es kopi susu yang murah dan didominasi oleh wanita.
2. Dengan melihat keadaan sekarang, agar pendapatan yang didapatkan dari penjualan es kopi susu di Kedai Kreasi Kopi terus tercapai dan tetap memenuhi target bulanan nya, maka untuk penjualan minuman es kopi susu setiap harinya diluar jam 16.00-18.00 harga yang ditawarkan Rp 16.000 sedangkan untuk penjualan minuman es kopi susu setiap harinya untuk jam 16.00-18.00 harga yang ditawarkan Rp 20.000. Apabila pemilik kedai ingin meningkatkan pendapatan lebih tinggi lagi, maka dapat menggunakan promo yang disukai oleh sebagian orang seperti memberikan diskon 10%% pada sore hari (PK 16.00-18.00) atau diskon

20%% dengan MAKSIMUM Rp 5.000 oleh pihak ke-3 (GOJEK, OVO, DANA). Dengan adanya kedua promo tersebut apabila diterapkan di Kedai Kreasi Kopi, maka dapat meningkatkan jumlah penjualan dari es kopi susu.

V.2 Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan tentunya masih belum sempurna, masih terdapat kekurangan yang dirasakan peneliti selama penelitian berlangsung. Maka dari itu akan diberikan saran untuk penelitian selanjutnya agar penelitian yang dilakukan dapat lebih baik.

1. Informasi sangat dibutuhkan sehingga ketika akan melakukan perancangan terhadap kuesioner dibuat lebih detail agar mendapat informasi baik mengenai faktor demografis ataupun psikografis lebih lengkap.
2. Ketika melakukan penyebaran kuesioner, kuesioner sebaiknya dapat tersebar lebih luas agar jumlah dari responden mencukupi dan dengan begitu akan memiliki referensi lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha dan T. Hani Handoko. 2000. Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen). Yogyakarta: BPFE UGM
- Kotler, P. (2000). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P. dan Kevin Lane Keller. 2008. Manajemen Pemasaran, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Orme, B. K. (2009). Getting started with conjoint analysis: strategies for product design and pricing research. Washington: Research Publ.
- Orme, B. K. and Michael Heft (1999), "Predicting Actual Sales with CBC: How Capturing Heterogeneity Improves Results," Sawtooth Software Conference Proceedings.
- Sawtooth Software Inc (2008). CBC Advanced Design Module Technical Paper. Diakses tanggal 10 Februari, 2020, dari <https://www.sawtoothsoftware.com/support/technical-papers/sawtooth-software-products/cbc-advanced-design-module-technical-paper-2008>
- Sawtooth Software Inc (2009). CBC/HB Technical Paper. Diakses tanggal 1 Maret, 2020, dari <https://www.sawtoothsoftware.com/support/technical-papers/hierarchical-bayes-estimation/cbc-hb-technical-paper-2009>
- Sawtooth Software Inc (1999). Dealing with Product Similarity in Conjoint Simulation Technical paper. Diakses tanggal 6 Maret, 2020, dari <https://www.sawtoothsoftware.com/support/technical-papers/market-simulations/dealing-with-product-similarity-in-conjoint-simulations-1999>
- Schiffman dan Kanuk. 2008. Perilaku konsumen Edisi 7. Jakarta: Indeks.
- Sugiyono. (2001). *Teknik Sampling*. Bandung: Alfabeta.