

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dijabarkan mengenai kesimpulan yang didapatkan dari hasil penelitian dan pengolahan data yang telah dilakukan mengenai rancangan strategi pemasaran pada *cheesecake* Uncle Tetsu Indonesia. Selain itu, juga akan dibahas mengenai saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya.

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa kesimpulan yang menjawab tujuan dari penelitian. Berikut merupakan kesimpulan dari penelitian ini.

1. Terdapat 6 segmen yang diperoleh dari hasil pengelompokan karakteristik pada *potential market* Uncle Tetsu Indonesia. Segmen 1 merupakan konsumen dengan tipe yang mempertimbangkan segalanya (rasional), segmen 2 merupakan konsumen dengan tipe yang memperhatikan fungsional, segmen 3 merupakan konsumen dengan tipe yang cenderung coba-coba, segmen 4 merupakan konsumen dengan tipe yang *pricesensitive* atau memperhatikan segala variabel yang berkaitan dengan uang, segmen 5 merupakan konsumen dengan tipe yang menyukai hal-hal berdasarkan visual atau estetika, dan segmen 6 merupakan konsumen dengan tipe yang mencari promosi atau *promo-seeker*.
2. Target pasar konsumen Uncle Tetsu Indonesia merupakan konsumen pada segmen 2 karena tipe konsumen ini merupakan segmen dengan pertimbangan yang paling sesuai dengan kondisi, kebijakan, dan key success factor yang dianut oleh Uncle Tetsu Indonesia.
3. *Positioning* Uncle Tetsu Indonesia adalah “Japanese cheesecake shop khas satu-satunya di Indonesia yang autentik dari Jepang dengan konsistensi rasa berstandar internasional”.

4. Kondisi strategis Uncle Tetsu Indonesia saat ini adalah sebagai *market challenger*, bersaing dengan para kompetitornya untuk merebut pangsa pasar yang ada. Dalam lingkungan kompetitif, didapati bahwa ancaman dari pendatang baru berada pada *level* tinggi, daya tawar pemasok berada pada *level* sedang, daya tawar pembeli terhadap Uncle Tetsu Indonesia berada pada *level* tinggi, ancaman barang substitusi berada pada *level* tinggi, dan tingkat persaingan dengan competitor juga berada pada *level* tinggi. Adapun Uncle Tetsu Indonesia memiliki 4 *strengths*, 4 *weaknesses*, 3 *opportunities*, serta 5 *threats*.
5. Hasil usulan strategi pemasaran dalam bentuk bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri atas 8 buah usulan untuk *product*, 4 buah usulan untuk *price*, 14 buah usulan untuk *promotion*, 4 buah usulan untuk *place*, 5 buah usulan untuk *physical evidence*, 1 buah usulan untuk *people*, dan 5 buah usulan untuk *process*.

V.2 Saran

Dalam penelitian yang telah dilakukan, tentunya terdapat beberapa kekurangan atau permasalahan yang terjadi. Adapun saran yang diberikan untuk penelitian sejenis selanjutnya adalah sebagai berikut.

1. Memperhatikan *variable* lain yang dapat mempengaruhi pembelian *cheesecake*.
2. Memperbanyak jumlah *sample* agar lebih merepresentasikan populasi *potential market*.
3. Melakukan implementasi dan evaluasi dari usulan yang diberikan.
4. Melakukan perhitungan estimasi biaya yang dibutuhkan untuk melakukan implementasi strategi pemasaran usulan.

DAFTAR PUSTAKA

- Addison. (2019). *Marketing Mix Cheesecake Factory*. Diunduh dari <https://www.essay48.com/term-paper/13548-Cheesecake-Factory-Marketing-Mix>.
- Alexander, I. (2013). *Menelisik Peluang Penyelenggaraan Festival Kuliner*. Diunduh dari <https://peluangusaha.kontan.co.id/news/menelisik-peluang-penyelenggaraan-festival-kuliner>.
- AMA Committee on Definitions. 1960. *Marketing Definitions: A Glossary of Marketing Terms*. Chicago: AMA.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Aulia, C.K., Masarie, Chinny, E.L., Moslehpour, M. (2015). *Bakery Product Perception and Purchase Intention of Indonesian Customer in Taiwan*. *International Journal of Business and Information*, 10(1), 61-94. Diunduh dari https://www.researchgate.net/profile/Massoud_Moslehpour/publication/27953385_Bakery_Product_Perception_and_Purchase_Intention_of_Indonesian_Consumers_in_Taiwan/links/554ac1390cf29f836c96686f.pdf?origin=publication_detail.
- Augusty, F. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Barney, Jay B., dan Hesterly, S. (2010). *Strategic Management and Competitive Advantage, 4th Edition*. New York: Pearson Prentice Hall.
- Banirestu, H. (2016). *Cara Zomato Menangkan Persaingan Foodtech di Indonesia*. Diunduh dari <https://swa.co.id/swa/trends/technology/cara-zomato-menangkan-persaingan-foodtech-di-indonesia>.
- Belch, E., dan Belch, A. (2009). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective, 8th Edition*. New York: Pearson Education.

- Bhasin, H. (2019). *Marketing Mix Of Cheesecake Factory – Cheesecake Factory Marketing Mix*. Diunduh dari <https://www.marketing91.com/marketing-mix-cheesecake-factory/>.
- BPS. (2018). *Pengeluaran Penduduk DKI Jakarta 2017*. Diunduh dari <http://statistik.jakarta.go.id/pengeluaran-penduduk-dki-jakarta-2017/>.
- Buttle, F. (2007). *Customer Relationship Management*. Oxford: Elsevier.
- Chandra, G. (2002). *Strategi dan Program Pemasaran, Edisi 1*. Yogyakarta: Andi.
- David, R. (2004). *Manajemen Strategis: Konsep. Edisi ketujuh*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- David, R. (2011). *Strategic Management: Manajemen Strategi Konsep, Edisi 12*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ferrel, O.C. dan Harline D. (2005). *Marketing Strategy*. South Western: Thomson Corporation. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 68 No.1, Maret 2019*.
- Gobiz. (2019). *9 Strategi Promosi Penjualan untuk Meningkatkan Profit*. Diunduh dari <https://gobiz.co.id/pusat-pengetahuan/strategi-promosi-penjualan/>
- Hikam, H.A.A. (2020). *Corona Bikin Mal Sepi, Omzet Harian Toko Ambles 50%*. Diunduh dari <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4943706/corona-bikin-mal-sepi-omzet-harian-toko-ambles-50>.
- Handayani, M.S. (2016). *Biaya Bergaya Kelas Menengah Indonesia*. Diunduh dari <https://tirto.id/biaya-bergaya-kelas-menengah-indonesia-bUai>.
- Haryanto, A.T. (2020). *Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia*. Diunduh dari <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>.
- Hua Li, C. dan Wang, H.B. (2014). *Exploring the Relations between Service Quality and Consumer Behaviours-A case study of 85C Bakery Café from Taiwan. The International Journal of Organizational Inovation*, 6(3), 31-41. Diunduh dari http://www.ijoi-online.org/attachments/article/38/FINAL_ISSUE_VOL_6_NUM_3_JANUAR_Y_2014.pdf.
- Huda, L. (2020). *Pandemi Corona, Omset Gerai di Pusat Perbelanjaan Turun 95 Persen*. Diunduh dari <https://bisnis.tempo.co/read/1323527/pandemi-corona-omset-gerai-di-pusat-perbelanjaan-turun-95-persen>.

- Hootsuite. (2019). *Indonesian Digital Report 2019*. Diunduh dari <https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>.
- Irawanto, D.S. (2019). *Inilah kota-kota paling makmur di Indonesia*. Diunduh dari <https://beritagar.id/artikel/berita/inilah-kota-kota-paling-makmur-di-indonesia>
- Janto, C. (2020). *Mengenal SEO dan SEM Untuk Strategi Digital Marketing*. Diunduh dari <https://www.exabytes.co.id/blog/mengenal-seo-dan-smo-untuk-strategi-digital-marketing/>.
- Jauch, L.R. (1993). *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Jayani, D.H. (2020). *Proyeksi Pemerintah, Ekonomi Indonesia 2020 Tumbuh 2,3%*. Diunduh dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/04/07/proyeksi-pemerintah-ekonomi-indonesia-2020-tumbuh-23>.
- Kabarbisnis. (2018). *Penggemar cheesecake Jepang, kini Fuwa Fuwa hadir di Pakuwon Mall Surabaya*. Diunduh dari <https://www.kabarbisnis.com/read/2881713/penggemar-cheesecake-jepang-kini-fuwa-fuwa-hadir-di-pakuwon-mall-surabaya>.
- Kangsaputra, L.S. (2018). *Nikmati Lelehan Melted Cheesy Puff, Surganya Para Pencinta Keju*. Diunduh dari <https://lifestyle.okezone.com/read/2018/11/02/298/1972619/nikmati-lelehan-melted-cheesy-puff-surganya-para-pencinta-keju>.
- Karunia, A.M. (2020). *Dampak Covid-19, Menaker: Lebih dari 2 Juta Pekerja Di-PHK dan Dirumahkan*. Diunduh dari <https://money.kompas.com/read/2020/04/23/174607026/dampak-covid-19-menaker-lebih-dari-2-juta-pekerja-di-phk-dan-dirumahkan>.
- Kotler, P. dan Amstrong, G. (2001). *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium, jilid 1*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran Jilid 1, 11th ed*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2008). *Dasar-Dasar Pemasaran. Edisi 11*. Jakarta: Penerbit Indeks.

- Kotler, P. dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Penerbit Indeks.
- Kotler, P. dan Amstrong, G. (2010). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson.
- Kotler, P. dan Amstrong, G. (2012). *Marketing: An Introduction*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. dan Keller. (2016). *Marketing Management 16 edition*. New Jersey: Pearson.
- Lidwina, S. (2020). *Kelompok Penduduk Indonesia Terbesar Dilihat dari Tingkat Pengeluarannya*. Diunduh dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/04/masyarakat-menuju-kelas-menengah-kelompok-terbesar-penduduk-indonesia#:~:text=Masyarakat%20menuju%20kelas%20menengah%20merupakan,juta%20per%20kapita%20per%20bulan>.
- Maryati. (2010). *Statistika Ekonomi dan Bisnis, Edisi Revisi Cetakan Kedua*. Yogyakarta.
- Natawijaya, A. (2019). *Masyarakat Kelas Menengah dalam Kisaran Ekonomi*. Diunduh dari <https://www.kompasiana.com/andrynatawijaya/5c5e71beaeebe15a9b24ad14/masyarakat-kelas-menengah-dalam-kisaran-ekonomi?page=a>.
- Pawoon. (2020). *Ingin Membuka Pop up Store? Simak 5 Tips Berikut!*. Diunduh dari <https://www.pawoon.com/simak-5-tips-berikut-mengenai-pop-up-store/#:~:text=Selain%20meningkatkan%20penjualan%20suatu%20bisnis,jika%20dibandingkan%20dengan%20gerai%20biasa>.
- Pearce II, John, A., dan Robinson. (2008). *Manajemen Strategis, Edisi 10*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pradipta, H. dan Purwanto, L. (2013). *The Relationship of AIDA model in Term of Website Design and Structure towards Purchase Decision Zalora Indonesia (A Case Study of President University Student)*. G.J. C.M.P., 2(2), 1-13.

- Pusparisa, Y. (2020). *Negara G20 Terancam Resesi Akibat Serangan Virus Corona*. Diunduh dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/04/01/negara-g20-terancam-resesi-akibat-serangan-virus-corona>.
- Quiroga, S.G., Costa, R.V., Cunha, M., dan Luiz, R. (2016). *The Behaviour of Bakery Consumers*. 18(1), 1-12.
- Rangkuti, F. (2010). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia: Jakarta.
- Rezkisari, I. dan Susilawaty, D. (2017). *Sejarah Hadirnya Toko Cheese Cake Uncle Tetsu*. Diunduh dari <https://republika.co.id/berita/oq2y1y328/sejarah-hadirnya-toko-emcheese-cakeem-uncle-tetsu>.
- Santoso, S. (2005). *Menggunakan SPSS untuk Statistik Multivariat*. Jakarta: PT Elex Media Kompetindo.
- Sekaran, U. (2000). *Research Methods for Business*. United Kingdom: John Wiley & Sons.
- Sekaran, U. (2013). *Research Method for Business*. United Kingdom: John Wiley & Son Ltd.
- Schiffman, L.G., dan Kanuk, L.L. (2000). *Consumer behavior*. 7th ed. London: Prentice Hall.
- Sirclo. (2018). *Kolaborasi dengan Brand Lain untuk Tingkatkan Penjualan Toko Online Anda*. Diunduh dari <https://www.sirclo.com/kolaborasi-dengan-brand-lain-untuk-tingkatkan-penjualan-toko-online-anda/>.
- Staff, E. (2019). *7 Strategi Digital Marketing Tersukses di 2019*. Diunduh dari <https://karinov.co.id/digital-marketing-optimal-di-2019/>.
- Stanton, W.J. (1986). *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Statista. (2019). *Consumer Market Outlook: Cheese in Indonesia*. Diunduh dari <https://www.statista.com/outlook/40010400/120/cheese/indonesia>.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2005). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Edisi 8. Bandung: Penerbit Alfabeta.

- Sulistiowati, T. (2018). *Peluang Nendang Gerai Bolu Jepang*. Diunduh dari <https://peluangusaha.kontan.co.id/news/peluang-nendang-gerai-bolu-jepang>.
- Swastha, B. (1990). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, B. (1996). *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, B. dan Handoko, T. (1997). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.
- Umar, H. (2001). *Strategic Management in Action*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Valenta, E. (2019). *Aplikasi order makanan ubah perilaku konsumen Indonesia*. Diunduh dari <https://beritagar.id/artikel/berita/aplikasi-order-makanan-ubah-perilaku-konsumen-indonesia>.
- Wei, L. (2017). *6 Tren Kuliner yang Viral di Indonesia*. Diunduh dari <https://www.idntimes.com/food/dining-guide/hendria-1/6-tren-kuliner-yang-viral-di-2017-c1c2>.
- Yuksel, A. dan Yuksel, F. (2002). *Measurement of Tourist Satisfaction with Restaurant Services: A Segment-based Approach*. *Journal of Vacation Marketing*.9(1).52-68. Diunduh dari https://www.researchgate.net/publication/247764508_Measurement_of_tourist_satisfaction_with_restaurant_services_A_segment-based_approach.