

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan memaparkan mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran yang penulis berikan untuk penelitian selanjutnya. Kesimpulan merupakan hasil dari penelitian yang telah dilakukan yang akan menjawab rumusan masalah yang telah dibuat sebelumnya. Saran merupakan masukan yang diharapkan dapat bermanfaat bagi penelitian berikutnya agar dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi.

V.1 Kesimpulan

Pada sub bab ini akan memaparkan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan. Kesimpulan tersebut meliputi jawaban atas rumusan masalah yang telah ditentukan. Berikut merupakan kesimpulan dari penelitian ini:

1. Hasil segmentasi dari Kedai X terbagi menjadi tiga segmen. Segmen pertama merupakan orang – orang yang tidak mementingkan aspek rinci dari produk yang akan dibeli, namun cukup mementingkan penilaian dari orang lain serta harga dan promosi yang ditawarkan. Mereka juga cukup mementingkan waktu mereka dalam menunggu. Segmen kedua adalah orang – orang yang cukup mementingkan aspek rinci dari produk yang akan dibeli, namun sangat tidak mementingkan penilaian dari orang lain. Mereka cukup mementingkan tersedianya lahan parkir di tempat makan yang dipilih. Segmen tiga merupakan orang – orang yang sangat mementingkan seluruh aspek dalam memilih tempat makan. Berdasarkan hasil segmentasi tersebut, segmen 3 adalah segmen terpilih untuk target pasar Kedai X dikarenakan memenuhi segala pertimbangan yang dilakukan. Pertimbangan pertama adalah dikarenakan jumlah anggota yang paling banyak, kemudian segmen 3 ini memerhatikan seluruh elemen penelitian sehingga usulan yang diberikan dapat menjangkau segmen lain. Pertimbangan terakhir adalah segmen 3 memiliki karakteristik yang paling mirip dengan konsumen Kedai X yang telah dilayani saat ini, sehingga usulan yang diberikan juga dapat menjangkau *existing customer*. Untuk

positioning yang dilakukan memberikan gambaran bahwa berdasarkan mata pelanggan, Kedai X masih tertinggal dan tidak sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan oleh pemilik. Maka dari itu, hasil tersebut dijadikan acuan untuk pemberian usulan bauran pemasaran agar dapat meningkatkan aspek – aspek yang nilainya masih kurang.

2. Usulan strategi pemasaran yang baik untuk Kedai X dilakukan dengan melakukan analisis terhadap hasil segmentasi, target pasar, dan posisi Kedai X di mata pelanggan. Dengan hasil tersebut menghasilkan 24 usulan bauran pemasaran yang dipaparkan pada Tabel III.22.
3. Evaluasi dilakukan dengan melakukan diskusi bersama pemilik Kedai X terhadap usulan yang telah diberikan. Hasil dari evaluasi merupakan seluruh usulan yang diberikan disetujui oleh pemilik Kedai X.

V.2 Saran

Pada sub bab ini akan memaparkan mengenai saran yang merupakan masukan dan diharapkan dapat bermanfaat bagi penelitian berikutnya. Berikut merupakan pemaparan saran yang diberikan oleh peneliti.

1. Setelah seluruh usulan yang diberikan telah diterapkan oleh Kedai X, diharapkan pada penelitian dapat melakukan program pemasaran yang lebih berkelanjutan agar Kedai X dapat terus berkembang.
2. Penelitian selanjutnya adalah melakukan evaluasi implementasi dari usulan bauran pemasaran ini, serta penelitian yang mempertimbangkan variabel – variabel atau metode lain yang disesuaikan dengan karakteristik objek yang diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Agmasari, S. (2021). Sektor Kuliner Penyumbang Terbesar PDB Ekonomi Kreatif Indonesia. Kompas.com. Diunduh dari <https://www.kompas.com/food/read/2021/08/11/210300375/sektor-kuliner-penyumbang-terbesar-pdb-ekonomi-kreatif-indonesia?page=all> pada 5 Februari 2022.
- Cicilia, M. (2021). Menparekraf: Kuliner Penyumbang Terbesar PDB Ekonomi Kreatif. Diunduh dari <https://pedulicovid19.kememparekraf.go.id/menparekraf-kuliner-penyumbang-terbesar-pdb-ekonomi-kreatif/> pada 23 Februari 2022.
- Dabbura, I. (2018, September 18). *K-means Clustering: Algorithm, Applications, Evaluation Methods, and Drawbacks*. Diunduh dari [towardsdatascience.com: https://towardsdatascience.com/k-means-clustering-algorithm-applications-evaluation-methods-and-drawbacks-aa03e644b48a](https://towardsdatascience.com/k-means-clustering-algorithm-applications-evaluation-methods-and-drawbacks-aa03e644b48a)
- Data Industri. (2017). Tren Data Pertumbuhan Industri Penyedia Makanan Minuman, Restoran, dan Sejenisnya, 2011 – 2021. Diunduh dari <https://www.dataindustri.com/produk/tren-data-pertumbuhan-industri-penyediaan-makanan-minuman-restoran-dan-sejenisnya/> pada 12 Februari 2022.
- Kotler, P. T. & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing, 17th Global Edition*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Global Edition*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Merliana, N. P. E., Ernawati & Santoso, A. J., (2015). An Analisa Penentuan Jumlah Cluster Terbaik pada Metode *K-Means Clustering*, Yogyakarta: *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call for Papers Unisbank*.
- Longart, P. (2015). *Consumer Decision Making in Restaurant Selection (Volume I)*. Buckinghamshire: Faculty of Design, Media and Management, Buckinghamshire New University.

- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Hansen, H. (2012). *Consumer Behaviour: A European Outlook, 2nd Edition*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Santoso, S. (2018). *Mahir Statistik Multivariat dengan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business*. United Kingdom: John Wiley & Sons
- Solang, F. S., Kaawoan, J. E., & Sumampow, I. (2019). Strategi Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Dalam Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah Masyarakat di Kabupaten Minahasa Selatan. *Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi*, 3, 4-5.
- Sugiyono. (2005). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: ALFABETA.
- Supranto, Johannes. (2004). *Analisis Multivariat: Arti dan Interpretasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy, Chandra, & Gregorius. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.
- Solomon, M.R., Bamossy, G. J., Askegaard, & S. T., Hogg, M. K. (2013). *Consumer Behaviour: A European Perspective, 5th Edition*. Harlow: Pearson Education Limited.